



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Influencia del desarrollo personal en la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTOR:

Asin Quispe, Yummy Margarita (ORCID: [0000-0002-2292-5368](https://orcid.org/0000-0002-2292-5368))

ASESOR:

Mg. Flores Bazán, María Inés (ORCID: [0000-0001-6912-0500](https://orcid.org/0000-0001-6912-0500))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado especialmente a mi madre Gloria Quispe por enseñarme a ser constante, por tu bendición y apoyo en mi caminar, a mis abuelos Teodoro y Margarita (†) por ser mi guía y mi inspiración a lo largo de mi vida y a mi tía Lucemit (†) por inculcarme a perseguir mis sueños a pesar de las adversidades.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por sus bendiciones, por permitirme disfrutar de las personas que amo y por guiarme en este sueño que hoy es una realidad, gracias a mi familia por creer en mí, apoyarme en cada decisión y por su amor incondicional.

Índice de contenidos

Carátula.....	ii
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	vii
Resumen.....	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Variables y operacionalización.....	10
3.3. Población, muestra y muestreo.....	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	13
3.5. Procedimientos	16
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos.....	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN	50
VI. CONCLUSIONES	55
VII. RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS	58
ANEXOS	62

Índice de tablas

Tabla 1 Cantidad de emprendedoras por rubros	13
Tabla 2 Información de expertos para la validación	14
Tabla 3 Validación de expertos: Desarrollo Personal	14
Tabla 4 Validación de expertos: Gestión de Emprendimientos	15
Tabla 5 Confiabilidad e interpretación por Ruiz Bolívar (2002).....	15
Tabla 6 Fiabilidad Global.....	15
Tabla 7 Fiabilidad: Variable Desarrollo Personal.....	16
Tabla 8 Fiabilidad: Variable Gestión de Emprendimientos	16
Tabla 9 El adaptarse a esta situación actual te permitió crecer en el emprendimiento..	18
Tabla 10 El emprender en tiempos de crisis significó un reto en tu vida familiar y/o personal	19
Tabla 11 Considera usted que cuenta con habilidades para el emprendimiento.....	20
Tabla 12 Considera usted que cuenta con una visión para lograr objetivos personales y familiares	21
Tabla 13 Tus aspiraciones como emprendedora te ayudan a desarrollarte personalmente ante la sociedad.....	22
Tabla 14 Te sientes satisfecha y motivada a seguir avanzando con tu emprendimiento.....	23
Tabla 15 Las redes sociales y/o ventas virtuales es una estrategia para lograr tus objetivos económicos y personales	24
Tabla 16 Considerando las ventajas y desventajas del emprendimiento, crees que fue tu mejor decisión	25
Tabla 17 Ser constante en el emprendimiento lleva a mejorar la calidad de vida de tu familia.....	26
Tabla 18 Una buena asesoría y capacitación serán soluciones para incrementar el nivel de ventas y prosperar en tu negocio	27
Tabla 19 Se te hizo difícil obtener el capital para el inicio de tu emprendimiento.....	28
Tabla 20 La implementación de recursos digitales en tu emprendimiento mejorará tus ventas.....	29
Tabla 21 Te atemoriza el hecho de asumir riesgos que implican invertir y ser emprendedora	30

Tabla 22 La metodología que empleas en tu emprendimiento te brinda rentabilidad.....	31
Tabla 23 Según tus capacidades personales consideras que tu emprendimiento puede tener éxito en el mercado	32
Tabla 24 Las nuevas opciones de ventas ayudarán a obtener mayores beneficios económicos	33
Tabla 2534 El gobierno local se enfoca en mejorar las condiciones laborales de su distrito.....	34
Tabla 26 Los productos de tu negocio satisfacen las necesidades de los consumidores.....	35
Tabla 27 Ser disciplinada y constante en tus objetivos te ayudan a superar tus miedos.....	36
Tabla 28 El miedo y el pensamiento negativo obliga a desistir los emprendimientos si no vemos resultados a corto plazo	37
Tabla 29 Tu familia obstaculiza tus metas como mujer emprendedora	38
Tabla 30 La motivación personal y familiar son las claves del éxito para la prosperidad de un emprendimiento	39
Tabla 31 Prueba de normalidad Autoeficacia.....	40
Tabla 32 Prueba de normalidad Autorrealización.....	41
Tabla 33 Prueba de normalidad Toma de decisiones	41
Tabla 34 Prueba de normalidad Inversión.....	42
Tabla 35 Prueba de normalidad Innovación.....	42
Tabla 36 Prueba de normalidad Persistencia.....	43
Tabla 37 Correlación de Spearman Desarrollo personal – Gestión de emprendimientos.....	44
Tabla 38 Correlación de Spearman Gestión de emprendimientos – Inversión.....	46
Tabla 39 Correlación de Spearman Gestión de emprendimientos – Innovación.....	47
Tabla 40 Correlación de Spearman Gestión de emprendimientos – Persistencia .	49

Índice de Figuras

Figura 1 Cantidad de mujeres del distrito de Cerro Azul	12
Figura 2 El adaptarse a esta situación actual te permitió crecer en el emprendimiento.....	18
Figura 3 El emprender en tiempos de crisis significó un reto en tu vida familiar y/o personal	19
Figura 4 Considera usted que cuenta con habilidades para el emprendimiento	20
Figura 5 Considera usted que cuenta con una visión para lograr objetivos personales y familiares	21
Figura 6 Tus aspiraciones como emprendedora te ayudan a desarrollarte personalmente ante la sociedad.....	22
Figura 7 Te sientes satisfecha y motivada a seguir avanzando con tu emprendimiento.....	23
Figura 8 Las redes sociales y/o ventas virtuales es una estrategia para lograr tus objetivos económicos y personales	24
Figura 9 Considerando las ventajas y desventajas del emprendimiento, crees que fue tu mejor decisión	25
Figura 10 Ser constante en el emprendimiento lleva a mejorar la calidad de vida de tu familia.....	26
Figura 11 Una buena asesoría y capacitación serán soluciones para incrementar el nivel de ventas y prosperar en tu negocio	27
Figura 12 Se te hizo difícil obtener el capital para el inicio de tu emprendimiento .	28
Figura 13 La implementación de recursos digitales en tu emprendimiento mejorará tus ventas	29
Figura 14 Te atemoriza el hecho de asumir riesgos que implican invertir y ser emprendedora	30
Figura 15 La metodología que empleas en tu emprendimiento te brinda rentabilidad.....	31
Figura 16 Según tus capacidades personales consideras que tu emprendimiento puede tener éxito en el mercado	32
Figura 17 Las nuevas opciones de ventas ayudarán a obtener mayores beneficios económicos	33

Figura 18 El gobierno local se enfoca en mejorar las condiciones laborales de su distrito.....	34
Figura 19 Los productos de tu negocio satisfacen las necesidades de los consumidores.....	35
Figura 20 Ser disciplinada y constante en tus objetivos te ayudan a superar tus miedos.....	36
Figura 21 El miedo y el pensamiento negativo obliga a desistir los emprendimientos si no vemos resultados a corto plazo	37
Figura 22 Tu familia obstaculiza tus metas como mujer emprendedora.....	38
Figura 23 La motivación personal y familiar son las claves del éxito para la prosperidad de un emprendimiento	39

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad determinar la relación entre el desarrollo personal y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021. De modo que, se realizó un estudio de tipo aplicada y enfoque cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal y descriptivo. La muestra fue de 55 mujeres emprendedoras de la localidad y se empleó como instrumento la encuesta bajo la escala de Likert. Para el procesamiento estadístico de los datos se trabajó en software SPSS versión 25. Se empleó el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe relación entre las variables. Los resultados mostraron que entre el desarrollo personal y gestión de emprendimientos se obtuvo un valor de ($Rho = 0,687$), entre gestión de emprendimientos e inversión se obtuvo un valor de ($Rho = 0,574$), entre gestión de emprendimientos e innovación se obtuvo un valor de ($Rho = 0,698$) y entre gestión de emprendimientos y persistencia se obtuvo un valor de ($Rho = 0,666$). Por ello, se concluye que existe una correlación positiva considerable entre las variables y cada una de sus dimensiones, por tanto, se afirma que, mientras haya deseo de superación y autoestima para estas mujeres, mayores serán los logros que obtengan en sus emprendimientos.

PALABRAS CLAVES: Desarrollo personal, emprendimiento, mujeres emprendedoras.

ABSTRACT

The purpose of this research work is to determine the relationship between personal development and the management of enterprises promoted by young women in Cerro Azul - 2021. Therefore, an applied study was carried out with a quantitative approach, non-experimental design, cross-sectional and descriptive. The sample consisted of 55 women entrepreneurs from the locality and the survey using the Likert scale was used as an instrument. For the statistical processing of the data, SPSS version 25 software was used. Spearman's correlation coefficient was used to determine if there is a relationship between the variables. The results showed that between personal development and entrepreneurship management a value of (Rho = 0.687) was obtained, between entrepreneurship management and investment a value of (Rho = 0.574) was obtained, between entrepreneurship management and innovation a value was obtained of (Rho = 0.698) and between entrepreneurship management and persistence a value of (Rho = 0.666) was obtained. Therefore, it is concluded that there is a considerable positive correlation between the variables and each of their dimensions, therefore, it is stated that, as long as there is a desire for self- improvement and self-esteem for these women, the greater the achievements they obtain in their ventures.

Keywords: Personal development, entrepreneurship, enterprising women.

I. INTRODUCCIÓN

Conforme a la investigación se sostiene la realidad problemática: En el distrito de Cerro Azul año 2021, como consecuencia a una escasez laboral debido a la emergencia sanitaria, se viene dando en aumento diferentes opciones en emprendimientos dado por mujeres jóvenes, para ello se va a profundizar en el desarrollo personal de dichas mujeres, considerando también la ejecución y consolidación de sus emprendimientos. La presencia de la mujer emprendedora ha sido elemental ante la sociedad sobre todo en estas épocas de cambio, como la actual por causa de la emergencia sanitaria. Las Cerroazuleñas han demostrado su talento para hacer frente a estas dificultades, muchas se han reinventado y utilizan las redes sociales como aliados para su progreso.

Para Chiavenato el desarrollo personal o comúnmente llamado autodesarrollo lo califica como un grupo de hábitos establecidos de enseñanza (premeditado y hacia un fin), facilitadas por la compañía mediante un tiempo preciso para dar el interés necesario y perfeccionar el desarrollo humano. (Chiavenato, 2003:335).

Maslow estima que la persona es un ser donde sus necesidades se desarrollan y se transforman a lo extenso de su vida. Una vez que el ser humano complazca sus principales exigencias, otras más altas como las suplementarias se apoderan de su conducta y se vuelven vital en su mundo. La última necesidad de autorrealización es esencial para el desarrollo de los talentos e imaginación de la persona (Abraham Maslow, 1970).

El empresario es aquel que tiene la aptitud y determinación para plantear y ejecutar nuevas mezclas de recursos para procesos productivos; en tal sentido, la persona (con o sin negocio) que esté dispuesto a producir y dirigir cambios o mejoras dentro y fuera de ellas (J. Schumpeter, 1997).

En cuanto a GEM (Global Entrepreneurship Monitor) sintetiza al emprendimiento como: “alguna intención de hacer negociación o una sociedad, entre ellos, el trabajo por cuenta propia o llamado el autoempleo, el establecimiento de una nueva asociación empresarial, o el desarrollo de una producción en curso; ejecutados por una persona o

un equipo” (Amoros & Bosna, p.17).

En el año 2017 de acuerdo al más reciente recuento del INEI el 24,208 de las PYMES en el Perú fueron constituidas por mujeres, produciéndose en el cuarto trimestre del mismo año, ello se representó con un total nacional del 53.5%, conforme a la especialista Tula Mendoza Farro, estipula que dicha información presenta un importante protagonismo de la mujer emprendiendo modernas perspectivas de negocio.

Decidirse a emprender y afrontar lo desconocido no es fácil. De modo que, se requiere analizar si el desarrollo personal es influyente en la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en el distrito de Cerro Azul ya que se destaca de ella las habilidades de realizar varias tareas al mismo tiempo y lograr resultados eficaces. El problema general que se planteó para esta investigación es: ¿Cómo se relaciona el desarrollo personal y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul - 2021?, junto a ello existen problemas específicos que requiere analizar: ¿Cómo se relaciona la inversión y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul - 2021?, ¿Cómo se relaciona la innovación y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul - 2021? y ¿Cómo se relaciona la persistencia y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul - 2021?.

Se define la justificación de la investigación: En el distrito de Cerro Azul Provincia de Cañete en el año 2021, se ha identificado el crecimiento de distintas alternativas de emprendimientos que en su mayoría se han visto impulsados por mujeres jóvenes, teniendo en cuenta ello se ha considerado: a) Justificación Práctica: El interés de este estudio se da a consecuencia de la emergencia sanitaria lo que conduce a una inestabilidad laboral y/o reducción de puestos de trabajo, por la cual muchas mujeres se vieron en la necesidad de emprender para poder subsistir. Ante ello, se estudiará los problemas y situaciones de aquellas mujeres emprendedoras del distrito, y se analizará si mediante estas alternativas de emprendimientos se logró mejorar su estabilidad económica y la supervivencia de sus familias. b) Justificación Sociocultural: A partir de esta investigación es que se muestra el interés en entender el porqué del protagonismo femenino de jóvenes que se han visto en incitar en el rubro de emprendimientos y su

enlace a las necesidades presentes considerando sus atribuciones de empoderamiento y liderazgo que poseen muchas de ellas hoy por hoy en el distrito; este estudio está fundamentada en el desarrollo personal y la gestión de emprendimientos en correlación a la inversión e innovación como fuentes de ingresos que inciden en sus vidas y en las de sus descendientes. En función a ello es que se pretende indagar la relación entre desarrollo personal y la variedad de emprendimientos para así afrontar la emergencia sanitaria y escasez laboral.

Se define los objetivos de la investigación: determinar la relación entre el desarrollo personal y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021. De la misma manera en los específicos se busca determinar la relación entre la inversión y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021, determinar la relación entre la innovación y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021 y determinar la relación entre la persistencia y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

En el mismo estudio se desarrolla la hipótesis general, teniendo en cuenta si existe relación entre el desarrollo personal y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021. Respecto a las hipótesis específicas se busca reconocer si existe relación entre la inversión y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021, existe relación entre la innovación y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021 y si existe relación entre la persistencia y la gestión de emprendimientos por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

II. MARCO TEÓRICO

De acuerdo a la investigación se sustenta los antecedentes en el ámbito nacional: Del Castillo & Sandoval (2020) en su investigación denominada *Entorno familiar y su relación con el emprendimiento de las mujeres del ex mercado Palermo Trujillo 2019* tuvo como fin precisar la relación del emprendimiento de las mujeres en el Ex Mercado Palermo Trujillo. El tipo de metodología que se empleó en este análisis fue descriptivo – correlacional, el instrumento escogido fue el cuestionario que se constituyó de 31 interrogantes, que fueron destinadas a las féminas emprendedoras del Ex Mercado Palermo, concluyendo que: a más acogedor sea su ambiente parental para el emprendimiento de dichas mujeres, mayores serán las conveniencias para emprender, conseguir sus objetivos, tomar una iniciativa y buscar ejercer su negocio. Por este motivo es el que se sugiere a los directivos del Ex Mercado Palermo motivar a la realización de reuniones que fomenten al círculo familiar de estas mujeres con el fin de conseguir beneficios en sus ventas y ayuda de sus familias, ello le permitirá cubrir sus necesidades y desarrollar un negocio viable y rentable.

En cuanto a, Saucedo (2020) en su investigación denominada *Emprendimiento y Empoderamiento de la mujer en el distrito de Trujillo, 2020* se plantea estudiar la concordancia entre el emprendimiento y el empoderamiento de la mujer en el distrito de Trujillo. La metodología de este estudio fue cuantitativa – Correlacional de diseño no experimental, el instrumento escogido fue el cuestionario que se constituyó de 12 interrogantes, a las cuales se aplicó a 117 mujeres que cuentan con un emprendimiento iniciado en dicha zona, se concluyó que las mujeres están en un nivel medio de empoderamiento y emprendimiento puesto que tienen habilidades para negociar porque tienen confianza en sí mismas y logran lo que se proponen.

Asimismo, Zavaleta (2020) en su investigación denominada *El emprendimiento empresarial en mujeres y su incidencia en el desarrollo sostenible de la ciudad de Trujillo, año 2019* busca describir de qué modo el emprendimiento empresarial influye en el desarrollo sostenible de la ciudad de Trujillo. El tipo de metodología de este estudio fue cualitativa y cuantitativa, el instrumento escogido fue el cuestionario aplicado a 120 emprendedoras, la cualitativa fue una entrevista aplicada a 2 figuras representativas del

Ministerio de la Producción y 5 emprendedoras de distintas áreas, se llegó a la conclusión que dichas mujeres que fueron investigadas señalaron que al emprender lo hicieron de modo informal, consecuencia al bajo entendimiento de las pautas de formalización de la MIPYME pero que se sienten motivadas para dar empuje al incremento de sus emprendimientos ya que ello les da autonomía necesaria y muchas aspiraciones.

Por otro lado, en el contexto internacional: Valencia (2018) en su trabajo de investigación titulada *“El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena Ecuador”*. Es un estudio de metodología cuantitativa - descriptiva, tomando en cuenta una prueba de 377 obreros dedicados a este rubro, como conclusión se dio que en cuanto a estos emprendedores determinen su esmero y capacidad les permitirá mantener sus negocios con más rentabilidad que otorgaran solidez a la oferta de emprendimiento para alcanzar la viabilidad.

Además, Rocha, Arévalo & Coconubo (2018). En su investigación titulada *“Las PYME en economías emergentes: El emprendimiento empresarial en Chile como factor determinante en el desarrollo económico de la última década”*, el diseño de la investigación es descriptiva, la cual concluye que los países subdesarrollados como Chile y Colombia tienen que aspirar por nuevos métodos que proporcionen a los emprendedores aprovechar los medios para producir nuevos intereses, de tal manera se aportaría significativamente a la economía del país.

Igualmente, Nuevo, García & Cruz (2018). En su investigación titulada *“El emprendimiento femenino como indicador de sostenibilidad. Análisis en época de crisis económica: el caso de Málaga”* tuvo de objetivo aportar en forma notoria al emprendimiento femenino como un indicador relevante de sostenibilidad. A tal fin, se realizó esta investigación acerca de la postura de dichas mujeres de la zona en mención. El diseño de este estudio es descriptivo, con un prototipo de edades entre los 18 años a más, en la cual concluye que el emprendimiento femenino en dicha,

posteriormente a una caída en algún tiempo a causa de una crisis económica, se desarrolla venturosamente; estas mujeres que optan por emprender en formalizarse como independientes.

Conforme a la investigación se considera la fundamentación teórica: Se sintetiza al desarrollo personal como: “Una interrelación propia y/o en conjunto en la cual los que intervienen, llevan a cabo y perfeccionan sus destrezas a fin de una buena comunicación recíproca y una mejora a la hora de tomar una decisión, permitiendo así conocerse aún más de sí mismo y de su equipo, para poder desarrollarse”. (Relaciones humanas 1992, Brito Challa)

Maslow, Menciona al desarrollo personal como un descubrimiento del ser humano. En este caso, fue uno de los pioneros en hablar del tema, originando una teoría psicológica llamada Pirámide de Maslow, donde distribuyó en 5 niveles las necesidades del ser humano, desde las más esenciales hasta las más complicadas que son: fisiológicas, seguridad, afectividad, reconocimiento, autorrealización. (Abraham Maslow (1908-1970))

El economista austro-estadounidense Schumpeter, en su Teoría del Emprendimiento puntualiza que la finalidad del empresario es innovar, ideaba parte de un componente excepcional que fomenta descubrimientos. Asegura que una de sus funciones es perfeccionar el modelo de bienes y servicios al emplear inversiones, el hacer frente a cosas nuevas es complicado, porque se halla fuera de las actividades habituales y porque el ambiente se sostiene maneras distintas, desde un sencillo desprecio hasta promover nuevas ideas. (1935, citado por Gómez0, 2012, p.1)

Timmons pionero del enfoque de modelos aplicados a la práctica, expuso un tipo de creación de empresas centrado en tres fundamentales: el mercado, las personas y los recursos. Estima que estos términos esenciales del emprendimiento se relacionan mutuamente y obligatoriamente atiende el impacto de las personas que sostiene la empresa. Así estos principios se modifican en oportunidades, los bienes que son

requeridos se evalúan y se estima en función a las diferentes opciones. (Jeffrey Timmons. New Venture Creation. 1994)

Kirzner puntualiza a un emprendedor como la facultad que tienen al reconocer oportunidades en una plaza; al cual lo llama como emprendedor alerta “alertness”. En la cual este autor lo define como un “componente industrial que es consciente de captar el acto del ser humano como eficaz e ingenioso”. Esta posición alerta de los emprendedores les otorga efectuar un papel prudente en los mercados. El emprendedor actúa como un virtual árbitro, ejecutando negocios o aprovechando oportunidades que otros no habían percibido. (Kirzner, 1979)

De acuerdo al estudio se considera los enfoques conceptuales: Según Censuria David Lorenzo (2020), el desarrollo personal es un hecho que perdura eternamente. Es una forma en que el ser humano evalúa su ingenio y dotes, examinan un propósito en la vida y establecen metas con la finalidad de efectuar y acrecentar su potencial.

La Autoeficacia es una idea fomentada por el renombrado psicólogo Albert Bandura (1995), que lo alude a “la afección de adaptación, eficiencia y competencia” que posee el ser humano en su desafío de retos e intimidaciones que, irremediablemente, se manifiestan en la vida de una persona. Pondrán en marcha sus habilidades y su nivel de seguridad aumentará y tendrán un pensamiento con visión a futuro.

(Myers 2006; Maslow, 1950). Consideraba que las personas que alcanzan la autorrealización comparten ciertos atributos: aprobación y conciencia de sí mismos, naturalidad, sinceridad, cordialidad, no los obstaculiza los comentarios de los demás, están concentrados a una tarea específica, disfrutan de pocas, pero profundos tratos interpersonales. En otras palabras, a través de la autorrealización las personas manifiestan sus destrezas y capacidades al máximo como el logro de un objetivo personal.

William Greenwood (1978), indica que la toma de decisiones es semejante a la resolución de dilemas empresariales. La identificación de estos problemas, la investigación, la estimación de opciones, así como selección final de una determinación,

componen las etapas esenciales en el desarrollo de toma de decisiones. La toma de una buena decisión no se da simplemente, sin embargo, ellos son las consecuencias de una ordenada transformación mental.

Según expone Chiavenato (2002:287) “tomar decisiones es reconocer y destacar un curso de acción para hacer frente a un problema determinado y conseguir ventajas cuando se muestre la ocasión”. Por ende, se entiende que la toma de decisiones tiene por finalidad percibir distintos caminos a seguir y optar por uno que se procure sea el más conveniente.

Julián Pérez Porto y Ana Gardey (2021), define al emprendimiento como un impulso de una persona que se responsabiliza de un riesgo económico o que emplea medios con la finalidad de sacar provecho a ciertas circunstancias que proporciona el mercado. Por lo tanto, se comprende que dicha acción es llevada a cabo por un líder de negocios que puede tener como propósito lograr ganancias económicas y mejorar su calidad de vida.

Peumans (1967), puntualiza que “la inversión es aquel dispendio financiero de bienes y servicios que se ejecutan para fines de adquisición de recursos perdurables (maquinaria y equipo) y que la empresa se servirá para llegar a sus objetivos”. Es un factor importante en el desarrollo económico ya sea a corto o largo plazo.

Por otro lado, Joseph Schumpeter (1934) define a la innovación a aquellos productos o servicios recientes que se incorporan en el mercado, aptos a proporcionar ciertos componentes distintos, el principio de un nuevo mercado o el hallazgo de un bien de consumo. Por lo tanto, innovar es crear o mejorar lo ya hay en curso adicionando nuevas alternativas que cubran las necesidades de los consumidores.

Mauricio Candiani, (1972) define a la persistencia como características que una persona desarrolla deliberadamente, que se aplica cuando se presenta el afán de desistir o de dejar de esforzarse. De manera que la persistencia es la verdadera clave del éxito tanto en lo particular como en lo laboral se basa en dirigirse hacia un fin más allá de las dificultades.

Yagosesky (1990) menciona que la autoestima es considerada como la virtud de

experimentar la existencia, de ser razonable de nuestra capacidad, de querernos y confiar en nosotros para conseguir objetivos, al margen de los obstáculos que podamos tener o de las eventualidades generadas por las diferentes circunstancias en los que nos encontremos. Es la medida de amor propio que una persona tenga.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: Este estudio fue aplicada. Conforme a Murillo (2008), se denota a una investigación aplicada porque buscó emplear la información obtenida a través de los estudios, en la cual conllevará a ganar conocimientos nuevos que dará a conocer la realidad de la investigación.

Es de enfoque cuantitativo porque se recaudó datos y se empleó herramientas estadísticas. Según Hernández Sampieri (2014) refiere a este enfoque en el estudio de una existencia auténtica, por medio de la selección de información para dar respuesta a las hipótesis planteadas.

Diseño de investigación: Este estudio fue no experimental de corte transversal y descriptivo. Según Sampieri (2003) en la investigación no experimental no se modificará o empleará variables, transversal ya que gracias a la recaudación de datos adquiridos mediante el cuestionario aplicado a la muestra concerniente se estudiará y analizará dicha información en un determinado momento y descriptiva porque recogemos percepciones de los participantes.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Desarrollo personal

Definición conceptual; Según Censuria David Lorenzo (2020), es un hecho que perdura eternamente. Es una forma en que el ser humano evalúa su ingenio y dotes, examinan un propósito en la vida y establecen metas con la finalidad de efectuar y acrecentar su potencial.

Definición operacional; para Hernández – Sampieri et al., (2013), establece que son actividades que deben llevarse a cabo con la finalidad de calcular unavariable y así analizar y explicar la información obtenida.

Esta variable fue medida a través del cuestionario como instrumento de investigación, estructurado en la escala de Likert y analizado mediante dimensiones e indicadores, contando con 3 dimensiones: autoeficacia, autorrealización y toma de decisiones.

Variable 2: Gestión de emprendimientos

Definición conceptual; Julián Pérez Porto y Ana Gardey, lo define como un impulso de una persona que se responsabiliza de un riesgo económico o que emplea medios con la finalidad de sacar provecho a ciertas circunstancias que proporciona el mercado. Se comprende que dicha acción es llevada a cabo por un líder de negocios que puede tener como propósito lograr ganancias económicas y mejorar su calidad de vida.

Definición operacional; fue medida a través del cuestionario como instrumento de investigación, estructurado en la escala de Likert y analizado mediante dimensiones e indicadores, contando con 3 dimensiones: inversión, innovación y persistencia.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: Según Arias (2012) lo explica como un grupo infinito o finito de individuos con características particulares en las que se detallará una minuciosa conclusión de la investigación. La población está conformada por mujeres del distrito de Cerro Azul – Cañete y según la fuente formal de INFOGOB nos muestra una población al 10 de setiembre del 2020 de 3,039 mujeres mayoresde 18 años.

Figura 1: Cantidad de mujeres del distrito de Cerro Azul



Fuente: INFOGOB

Criterios de selección

- **Criterio de inclusión**
 - Mujeres con edad de 18 a 41 años
 - Con un emprendimiento en marcha
 - Inestabilidad laboral
 - Habilidades para negociar
- **Criterio de exclusión**
 - Mujeres menores de 18 años y mayores a 41 años
 - Falta de tiempo para la investigación
 - Contacto físico por la COVID-19
 - Falta de fuente formal de mujeres emprendedoras en el distrito

Muestra: Según Palella y Martins (2008), la define como una porción de la población tomando en cuenta su atributo o cualidad que dispone a modo preciso (p.93). Para la presente investigación se consideró una muestra de 55 mujeres emprendedoras del distrito de Cerro Azul y se detalla según el rubro al cual se dedican.

Tabla 1

Cantidad de emprendedoras por rubros

RUBRO DE EMPRENDIMIENTOS	CANTIDAD
RUBRO DE LA BELLEZA	16
Ropa y accesorios	12
Venta de cosméticos por catálogo	3
Salón de belleza	1
RUBRO ALIMENTOS	22
Restaurante	8
Food trucks (comida rápida)	5
Pastelería	6
Abarrotes	3
RUBRO HOGAR	17
Accesorios para el hogar	11
Artesanía	6
TOTAL GENERAL	55

Fuente: Elaboración propia

Muestreo: En vista de que la presente investigación cuenta con una población muy grande más aun no habiendo una fuente confiable de donde extraer una cantidad exacta de mujeres emprendedoras de esta localidad se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia la que facilitó la recolección de datos de dichas mujeres.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos: Para la recopilación de datos de una manera dinámica y sencilla la encuesta fue desarrollada online mediante el formulario de Google, estas fueron formadas a raíz de una cuenta drive, a base de interrogantes con respuestas indispensables.

Instrumentos de recolección de datos: Para este estudio se usó el cuestionario fundamentado en un grupo de interrogantes resueltas bajo la escala de Likert (Nada, poco, regular, bastante y mucho).

Validez de los instrumentos: Conforme a Hernández, Fernández y Baptista (2010) lo establece como el nivel que un medio determina la variable que desea cuantificar, todo ello para garantizar una confiabilidad de los instrumentos por especialistas en la materia. Se elaboró un documento de comprobación de instrumentos que se enviaron y fueron validados por tres especialistas.

Tabla 2

Información de expertos para la validación

Información de expertos		
Experto 1	Mg. Rafael Arturo López Landauro	Mg. en Gestión Pública Fecha de diploma: 25/10/2016
Experto 2	Mg. Luis Enrique Dios Zarate	Maestro en Administración Fecha de diploma: 04/10/2012
Experto 3	Mg. Eliana Pérez – Ruibal Regalado	Mg. En docencia Universitaria Fecha de diploma: 09/11/2015

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

Validación de expertos: Desarrollo Personal

DESARROLLO PERSONAL				
EXPERTOS	PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OPINION DE APLICABILIDAD
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Aplicable
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Aplicable
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4*Validación por expertos: Gestión de Emprendimientos*

GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS				
EXPERTOS	PERTINENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OPINION DE APLICABILIDAD
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Aplicable
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Aplicable
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad de los instrumentos: De acuerdo a Hernández et al. (2003), hace mención al nivel en el cual su empleo al mismo individuo crea iguales efectos, a través de diferentes métodos. Se efectuó una prueba piloto para demostrar la credibilidad de este estudio, se empleó el coeficiente Alfa de Cronbach a fin de evaluar correspondientemente la confiabilidad.

Tabla 5*Confiabilidad e interpretación por Ruiz Bolívar (2002)*

COEFICIENTE	SIGNIFICADO
,81 a 1,0	Muy alta
,61 a ,80	Alta
,41 a ,60	Moderada
,21 a ,40	Baja
,01 a ,20	Muy baja

Tabla 6*Fiabilidad Global*

Alfa de Cronbach	Nº de elemento
,925	22

Por medio del estudio alfa de Cronbach se recaba un valor de 0,925 lo que confirma un rango de fiabilidad muy alta, a lo cual se deduce que la encuesta puede ser aplicable.

Tabla 7

Fiabilidad: Variable Desarrollo Personal

Alfa de Cronbach	Nº de elemento
,950	10

Para garantizar la veracidad del instrumento se usó el coeficiente estadístico Alpha de Cronbach, como consecuencia a esta aplicación se obtuvo un 0,950; mostrando un nivel de fiabilidad muy alta, deduciendo así que es adecuado para la investigación.

Tabla 8

Fiabilidad: Variable Gestión de Emprendimientos

Alfa de Cronbach	Nº de elemento
,761	12

Para garantizar la veracidad del instrumento se usó el coeficiente estadístico Alpha de Cronbach, como consecuencia a esta aplicación se obtuvo un 0,761; mostrando un nivel de fiabilidad muy alta, deduciendo así que es adecuado para la investigación.

3.5. Procedimientos:

Se elaboró una conexión a través de la aplicación WhatsApp con las 55 mujeres emprendedoras del distrito de Cerro Azul - Cañete para poder intercambiar ideas y obtener la información requerida. Se extrajo data a través del cuestionario, el que estuvo inclinado a dichas mujeres. Dicho cuestionario se constituyó con 22 preguntas con escala tipo Likert, los datos obtenidos en las encuestas fueron distribuidos y tabulados en una hoja Excel, asimismo esta data se registró y procesó estadísticamente en el software SPSS versión 25. Finalmente, se demostró los resultados implantando la discusión y conclusión.

3.6. Método de análisis de datos

Análisis de datos descriptivo: Se registró y desarrolló datos por medio del programa SPSS por lo que se accedió a resultados que determinaron la correlación de las variables. Este tipo de análisis facilita la conclusión de ambas variables estudiadas y gracias a las tablas y figuras exhibe resultados, dando uso de las categorías de frecuencia y porcentaje (Martínez, 2012, como se citó en Aguilar, 2020).

Análisis de datos inferencial: Se empleó la Correlación Rho de Spearman, con escala ordinal, por lo que fue interpretado por gráficos. La estadística inferencial se ocupó en la elaboración de conclusiones conforme con los datos que fueron recaudados, es por ello que las hipótesis son de vital interés de dicha estadística (Riquelme, 2018, como se citó en Flores, 2021).

3.7. Aspectos éticos

Para la preparación de la presente tesis se tomaron en cuenta aspectos éticos claves, respetando todas las normas APA, con los que se obtuvieron conclusiones pertinentes:

- **Veracidad:** No se manipularon datos, considerando así la veracidad de la información brindada.
- **Consentimiento informado:** La orientación, aceptación y el procesamiento de datos obtenidos se aprobaron por las encuestadas.
- **Confidencialidad:** Cabe resaltar que la pesquisa obtenida es reservada y no será utilizada para otros fines fuera de esta investigación.
- **Anonimato de la información obtenida:** El manejo de la información obtenida se manejó bajo un riguroso estado de anonimato con suma responsabilidad.

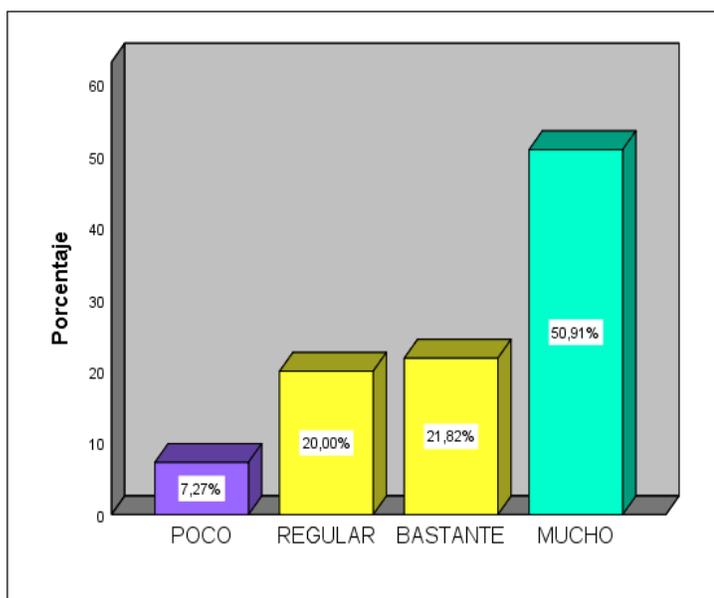
IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

Tabla 9: El adaptarse a esta situación actual te permitió crecer en el emprendimiento

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	28	50,90	50,90	50,90
	BASTANTE	12	21,8	21,8	72,7
	REGULAR	11	20,0	20,0	92,7
	POCO	4	7,3	7,3	100,0
	Total	55	100,00	100,00	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

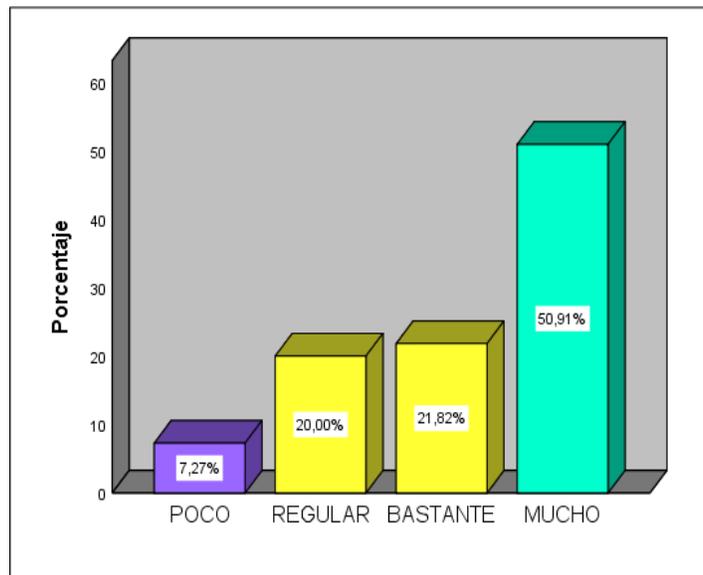
Figura 2: El adaptarse a esta situación actual te permitió crecer en el emprendimiento

En la tabla 9 y figura 2, se examinó que un 7,27% de las encuestadas lo estimaron como poco, mientras que un 20% indicaron regular, un 21,82% lo calificaron como bastante y un 50,91% señalaron que el adaptarse a esta situación actual les permitió crecer mucho en el emprendimiento.

Tabla 10: El emprender en tiempos de crisis significó un reto en tu vida familiar y/o personal

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	29	52,70	52,70	52,70
	BASTANTE	15	27,30	27,30	80,00
	REGULAR	9	16,4	16,4	96,4
	POCO	2	3,6	3,6	100,0
	Total	55	100,00	100,00	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

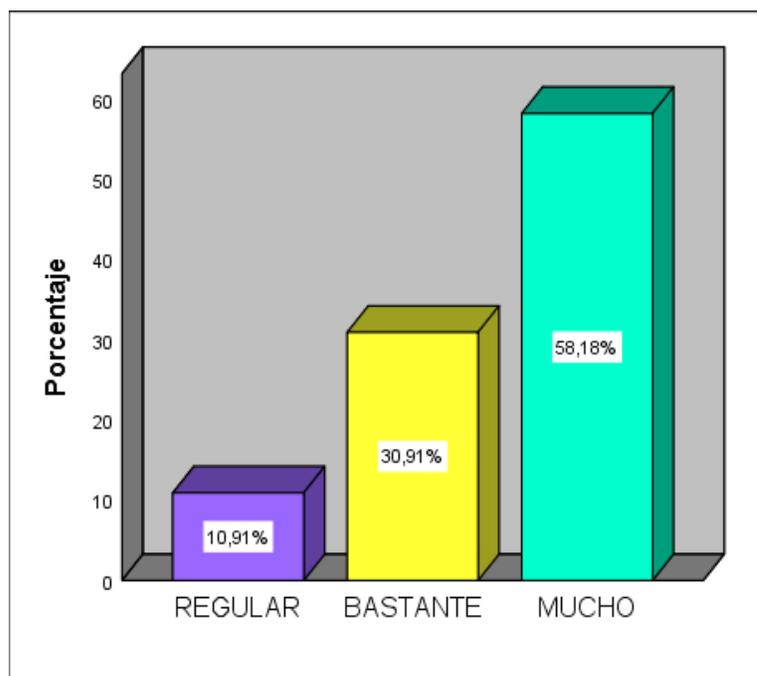
Figura 3: El emprender en tiempos de crisis significó un reto en tu vida familiar y/o personal.

En la tabla 10 y figura 3, se examinó a un 7,27% de las encuestadas lo calificaron como poco, mientras que un 20% indicaron regular, un 21,82% lo consideraron como bastante, y un 50.91% apuntaron a mucho el emprender en tiempos de crisis como un reto tanto en lo familiar como en lo personal.

Tabla 11: Considera usted que cuenta con habilidades para el emprendimiento

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	32	58,2	58,2	58,2
	BASTANTE	17	30,9	30,9	89,1
	REGULAR	6	10,9	10,9	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

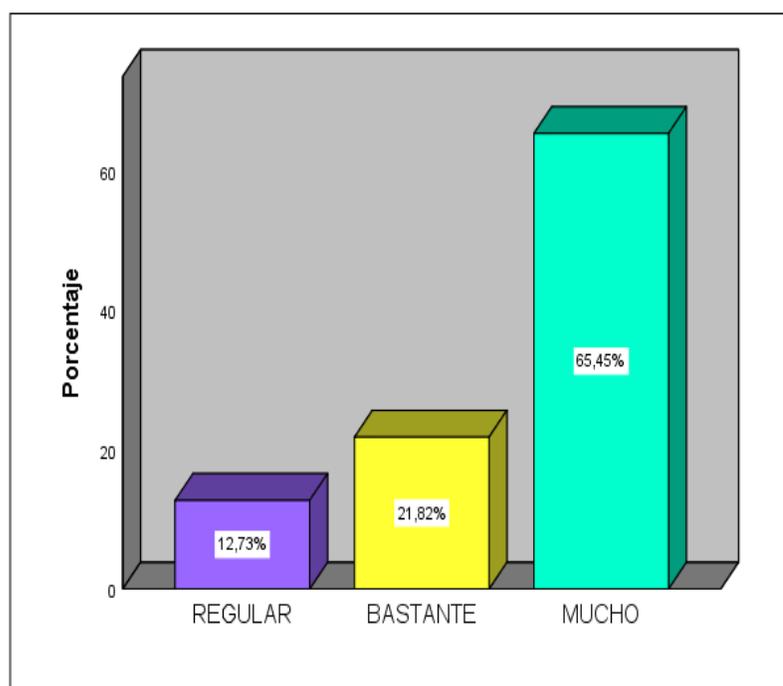
Figura 4: Considera usted que cuenta con habilidades para el emprendimiento

En la tabla 11 y figura 4, se examinó a un 10,91% de las encuestadas indicaron regular, mientras que un 30,91% lo considera como bastante y un 58,18% de las mujeres encuestadas indicaron que cuentan con habilidades para el emprendimiento.

Tabla 12: Considera usted que cuenta con una visión para lograr objetivos personales y familiares

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	36	65,5	65,5	65,5
	BASTANTE	12	21,8	21,8	87,3
	REGULAR	7	12,7	12,7	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

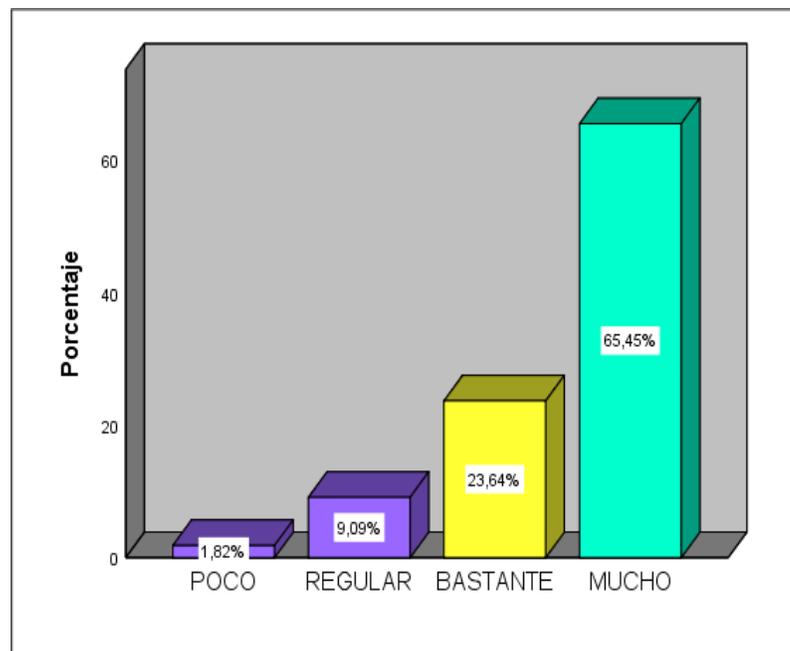
Figura 5: Considera usted que cuenta con una visión para lograr objetivos personales y familiares

En la tabla 12 y figura 5, se examinó que un 12,73% lo considera como regular, mientras que un 21,82% indicaron como bastante, por otro lado, un 65,45% de las mujeres emprendedoras de esta localidad mostraron que cuentan con una visión para lograr sus objetivos personales y familiares.

Tabla 13: Tus aspiraciones como emprendedora te ayudan a desarrollarte personalmente ante la sociedad

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	36	65,50	65,50	65,50
	BASTANTE	13	23,6	23,6	89,1
	REGULAR	5	9,1	9,1	98,2
	POCO	1	1,8	1,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

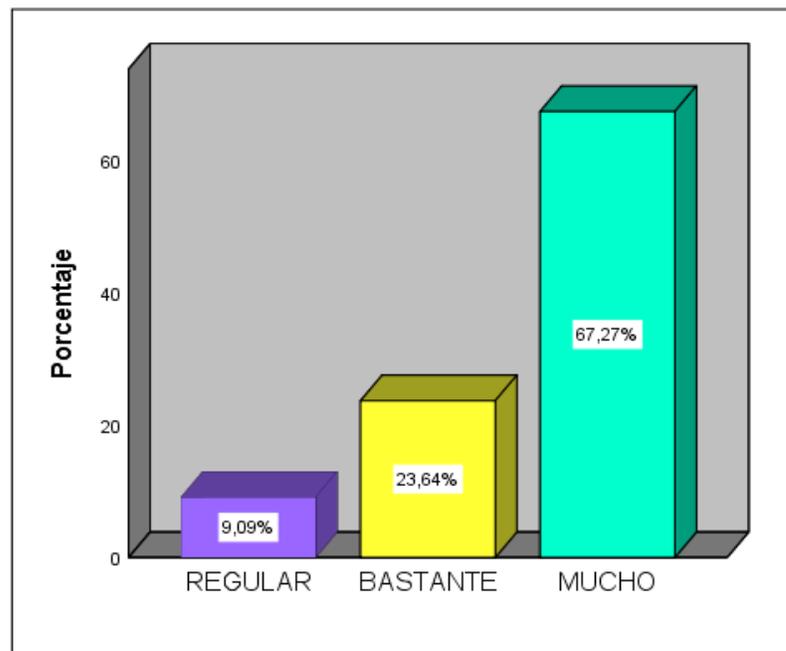
Figura 6: Tus aspiraciones como emprendedora te ayudan a desarrollarte personalmente ante la sociedad

En la tabla 13 y figura 6, se examinó que un 1,82% y un 9,09% lo califican como poco y regular respectivamente, mientras que un 23,64% indicaron a bastante, por otro lado, un 65,45% mostraron que sus aspiraciones de las mujeres emprendedoras de esta localidad ayudan a desarrollarse mucho ante la sociedad.

Tabla 14: Te sientes satisfecha y motivada a seguir avanzando con tu emprendimiento

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	37	67,30	67,30	67,30
	BASTANTE	13	23,60	23,60	90,90
	REGULAR	5	9,10	9,10	100,00
	Total	55	100,00	100,00	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

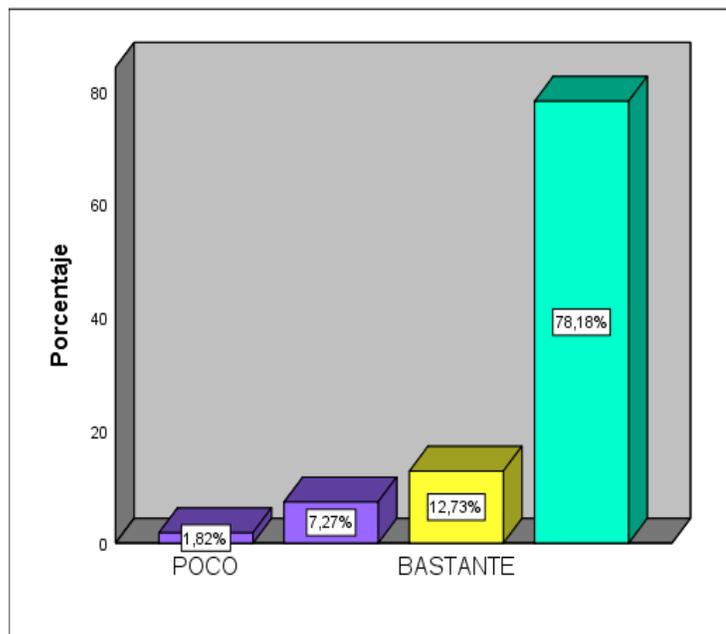
Figura 7: Te sientes satisfecha y motivada a seguir avanzando con tu emprendimiento

En la tabla 14 y figura 7, se examinó a un 9,09% se sienten regularmente motivadas, mientras que un 23,63% indicaron a bastante, por otro lado, un 67,27% de las encuestadas se sienten muy satisfechas y motivadas a seguir avanzando con su emprendimiento.

Tabla 15: Las redes sociales y/o ventas virtuales es una estrategia para lograr tus objetivos económicos y personales

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	43	78,2	78,2	78,2
	BASTANTE	7	12,7	12,7	90,9
	REGULAR	4	7,3	7,3	98,2
	POCO	1	1,8	1,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

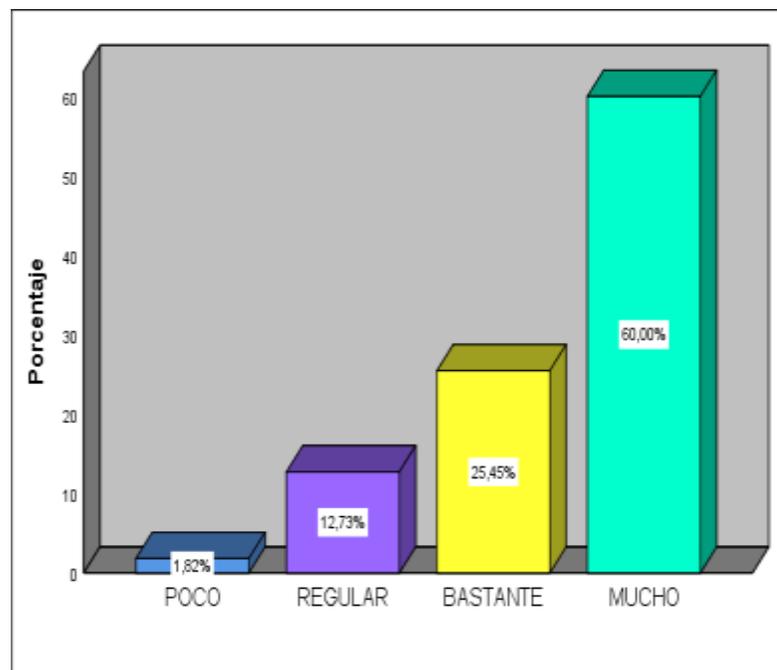
Figura 8: Las redes sociales y/o ventas virtuales es una estrategia para lograr tus objetivos económicos y personales

En la tabla 15 y figura 8, se examinó que un 1,82% y un 7,27% reflejaron que les favorece poco y regular respectivamente, mientras que un 12,73% indicaron a bastante, por otro lado, un 78,18% de las encuestadas mostraron que les favorece mucho las redes sociales y/o ventas virtuales como estrategia para lograr sus objetivos económicos y personales.

Tabla 16: Considerando las ventajas y desventajas del emprendimiento, crees que fue tu mejor decisión

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	33	60,00	60,00	60,00
	BASTANTE	14	25,5	25,5	85,5
	REGULAR	7	12,7	12,7	98,2
	POCO	1	1,8	1,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

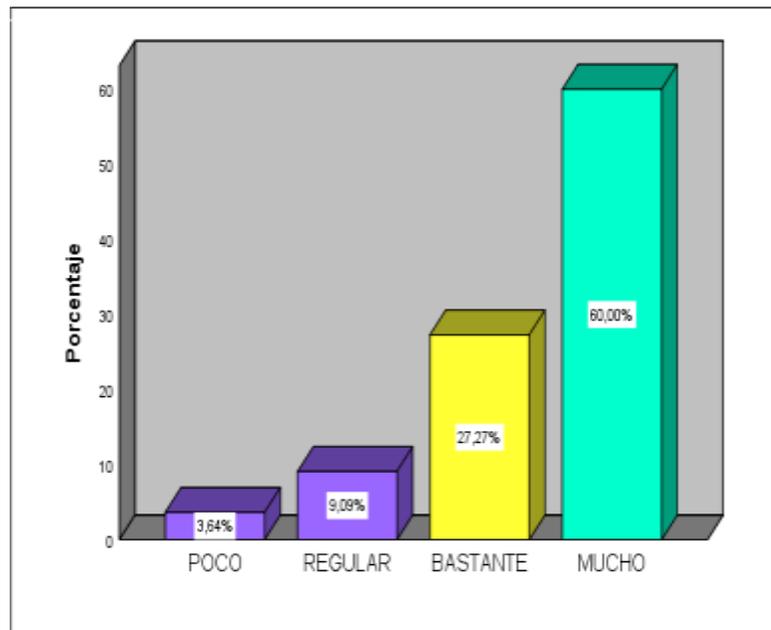
Figura 9: Considerando las ventajas y desventajas del emprendimiento, crees que fue tu mejor decisión

En la tabla 16 y figura 9, se examinó a un 1,82% lo consideran que no fue su mejor elección calificándolo como poco, un 12,73% indicaron regular, un 25,45% como bastante, y un 60% de las encuestadas consideraron a mucho que el emprender fue su mejor decisión.

Tabla 17: Ser constante en el emprendimiento lleva a mejorar la calidad de vida de tu familia

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	33	60,0	60,0	60,0
	BASTANTE	15	27,3	27,3	87,3
	REGULAR	5	9,1	9,1	96,4
	POCO	2	3,6	3,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

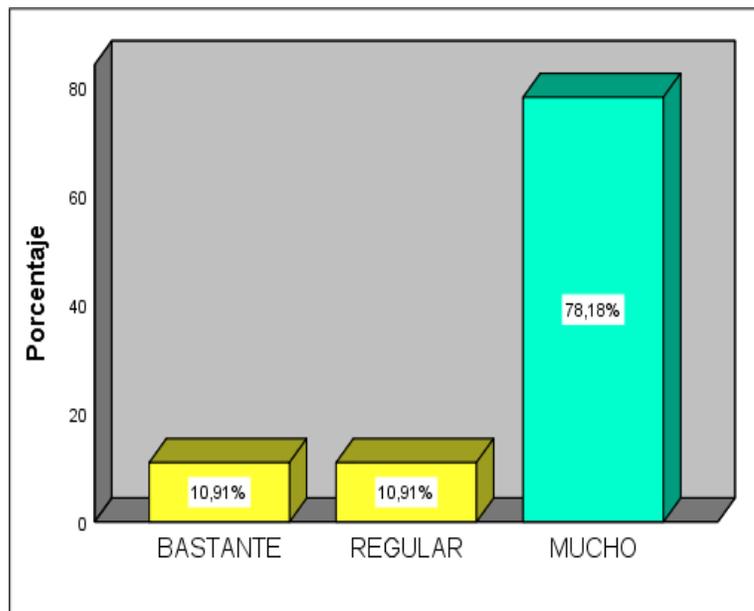
Figura 10: Ser constante en el emprendimiento lleva a mejorar la calidad de vida de tu familia

En la tabla 17 y figura 10, se examinó a un 3,64% y un 9,09% que lo calificaron como poco y regular respectivamente, mientras que un 27,27 como bastante, por otro lado, un 60% de las encuestadas consideraron mucho el hecho de ser constante en sus emprendimientos lo que las llevará a mejorar su calidad de vida familiar.

Tabla 18: Una buena asesoría y capacitación serán soluciones para incrementar el nivel de ventas y prosperar en tu negocio

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	43	78,20	78,20	78,20
	REGULAR	6	10,9	10,9	89,1
	BASTANTE	6	10,9	10,9	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

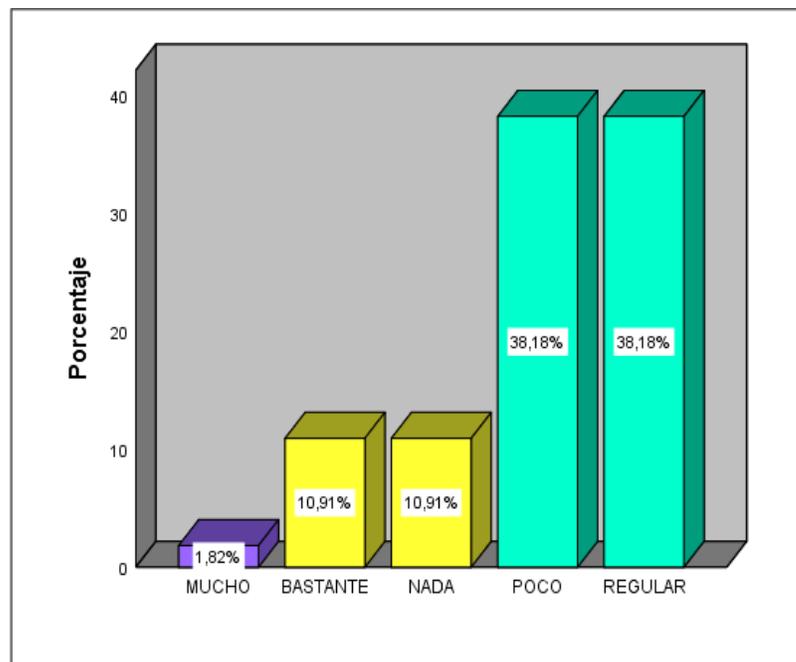
Figura 11: Una buena asesoría y capacitación serán soluciones para incrementar el nivel de ventas y prosperar en tu negocio

En la tabla 18 y figura 11, se examinó a un 10,91% que lo consideraron como bastante y regular respectivamente, mientras que un 78,18% de las encuestadas estiman y ven muy favorable el contar con una buena asesoría y capacitación como solución a incrementar sus ventas.

Tabla 19: Se te hizo difícil obtener el capital para el inicio de tu emprendimiento

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	POCO	21	38,20	38,20	38,20
	REGULAR	21	38,2	38,2	76,4
	NADA	6	10,9	10,9	87,3
	BASTANTE	6	10,9	10,9	98,2
	MUCHO	1	1,8	1,8	100,0
	Total		55	100,0	100,0

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

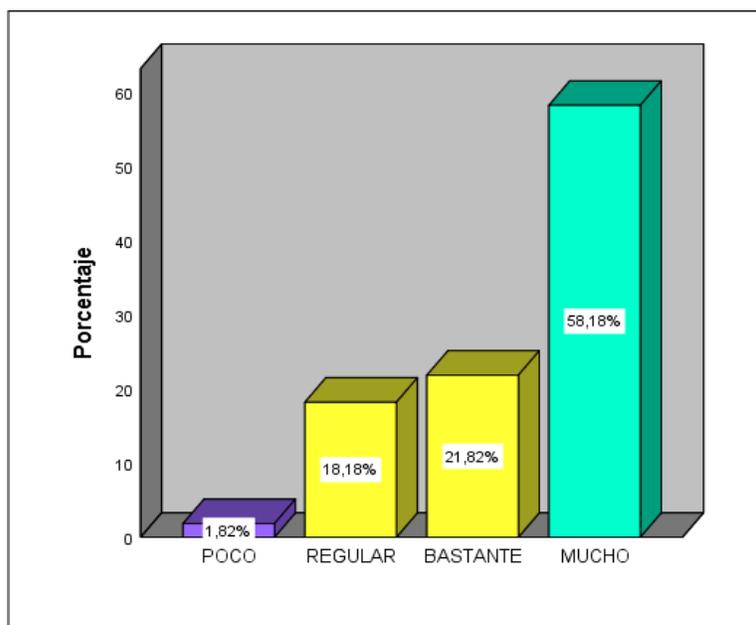
Figura 12: Se te hizo difícil obtener el capital para el inicio de tu emprendimiento

En la tabla 19 y figura 12, se examinó a un 1,82% que les fue muy difícil conseguir el capital, mientras que un 10,91% mostraron bastante y nada respectivamente, por otro lado, un 38,18% de las encuestadas se les hizo poco y regularmente difícil obtener el capital para el inicio de su emprendimiento.

Tabla 20: La implementación de recursos digitales en tu emprendimiento mejorará tus ventas

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	32	58,2	58,2	58,2
	BASTANTE	12	21,8	21,8	80,0
	REGULAR	10	18,2	18,2	98,2
	POCO	1	1,8	1,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

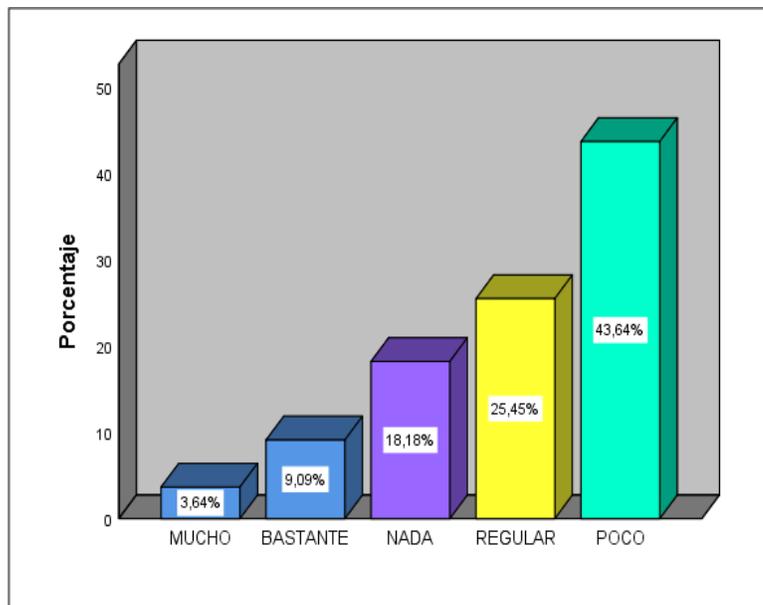
Figura 13: La implementación de recursos digitales en tu emprendimiento mejorará tus ventas

En la tabla 20 y figura 13, se examinó a un 1,82% que lo consideraron como poco, mientras que un 18,18% y 21,82% indicaron como regular y bastante respectivamente, por otro lado, un 58,18% de las encuestadas consideran mucho la implementación de recursos digitales en sus emprendimientos.

Tabla 21: Te atemoriza el hecho de asumir riesgos que implican invertir y ser emprendedora

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	POCO	24	43,60	43,60	43,60
	REGULAR	14	25,5	25,5	69,1
	NADA	10	18,2	18,2	87,3
	BASTANTE	5	9,1	9,1	96,4
	MUCHO	2	3,6	3,6	100,0
	Total		55	100,00	100,00

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

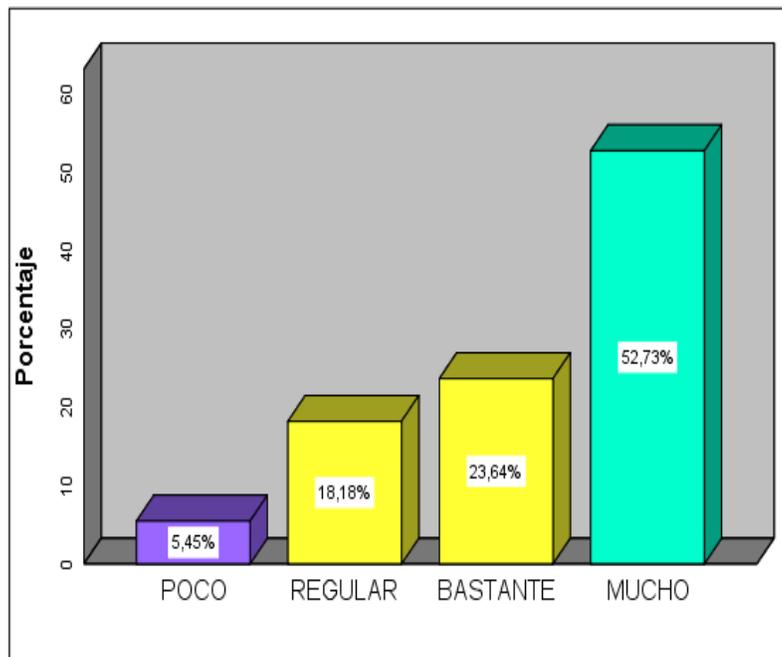
Figura 14: Te atemoriza el hecho de asumir riesgos que implican invertir y ser emprendedora

En la tabla 21 y figura 14, se examinó a un 3,64% y un 9,09% que lo calificaron como mucho y bastante respectivamente, mientras que un 18,18% indicaron como nada, un 25,45% lo calificaron como regular, asimismo un 43,64% de las mujeres encuestadas mostraron que le atemoriza poco el asumir riesgos de invertir y ser emprendedora.

Tabla 22: La metodología que empleas en tu emprendimiento te brinda rentabilidad

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	29	52,70	52,70	52,70
	BASTANTE	13	23,60	23,60	76,4
	REGULAR	10	18,2	18,2	94,5
	POCO	3	5,5	5,5	100,0
	Total	55	100,00	100,00	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

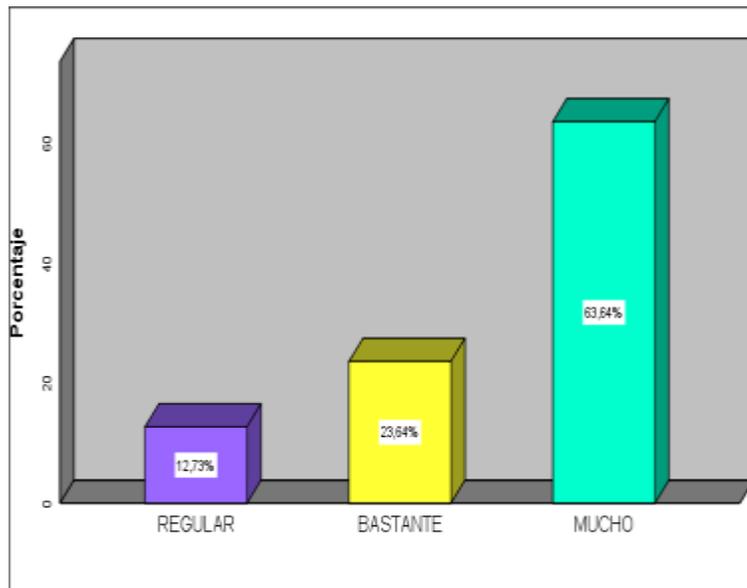
Figura 15: La metodología que empleas en tu emprendimiento te brinda rentabilidad

En la tabla 22 y figura 15, se examinó a un 5,45% lo consideran como poco, mientras que un 18,18% y 23,64% indicaron como regular y bastante respectivamente, por otro lado, un 52,73% de las encuestadas calificaron como mucho a la metodología que emplean ya que les brinda rentabilidad en su emprendimiento.

Tabla 23: Según tus capacidades personales consideras que tu emprendimiento puede tener éxito en el mercado

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	35	63,60	63,60	63,60
	BASTANTE	13	23,6	23,6	87,3
	REGULAR	7	12,7	12,7	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

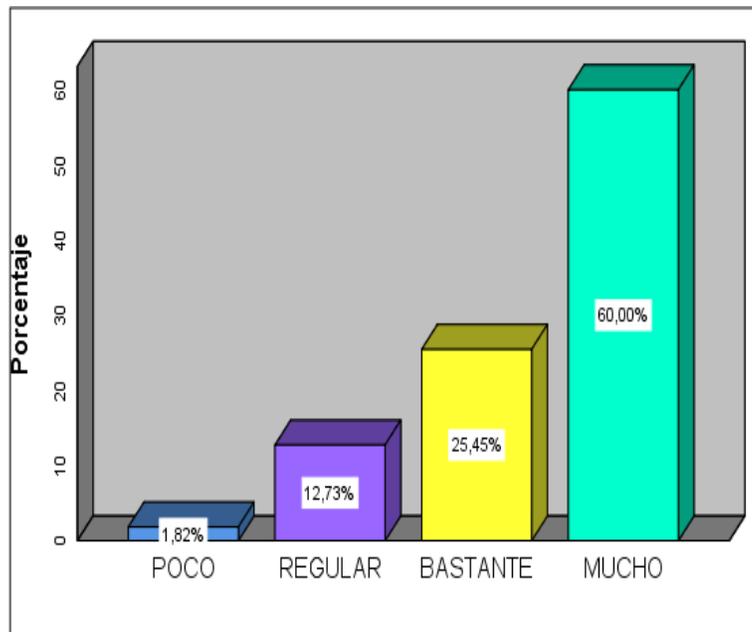
Figura 16: Según tus capacidades personales consideras que tu emprendimiento puede tener éxito en el mercado

En la tabla 23 y figura 16, se examinó que un 12,73% de las encuestadas señaló como regular, mientras que un 23,64% indicaron a bastante, asimismo 63,64% consideran mucho el hecho que su emprendimiento pueda tener éxito en el mercado.

Tabla 24: Las nuevas opciones de ventas ayudarán a obtener mayores beneficios económicos

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	33	60,00	60,00	60,00
	BASTANTE	14	25,5	25,5	85,5
	REGULAR	7	12,7	12,7	98,2
	POCO	1	1,8	1,8	100,0
	Total	55	100,00	100,00	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

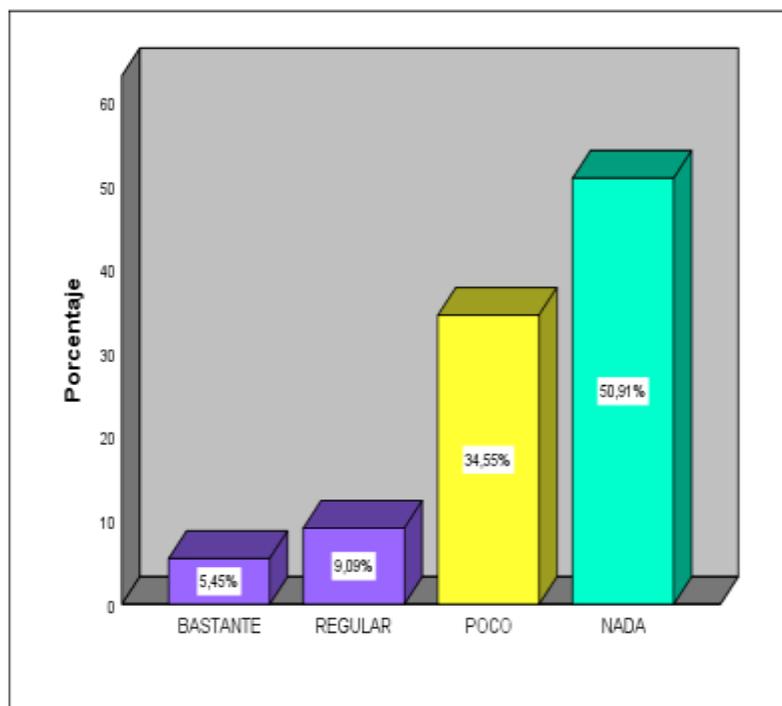
Figura 17: Las nuevas opciones de ventas ayudarán a obtener mayores beneficios económicos

En la tabla 24 y figura 17, se examinó que un 1,82% de ellas la consideró como poco, mientras que un 12,73% señalaron como regular, asimismo un 25,45% indicaron a bastante, por otro lado, un 60% mostraron que las nuevas opciones de ventas ayudarán mucho a obtener beneficios económicos.

Tabla 25: El gobierno local se enfoca en mejorar las condiciones laborales de su distrito

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	NADA	28	50,90	50,90	50,90
	POCO	19	34,5	34,5	85,5
	REGULAR	5	9,1	9,1	94,5
	BASTANTE	3	5,5	5,5	100,0
	Total	55	100,00	100,00	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

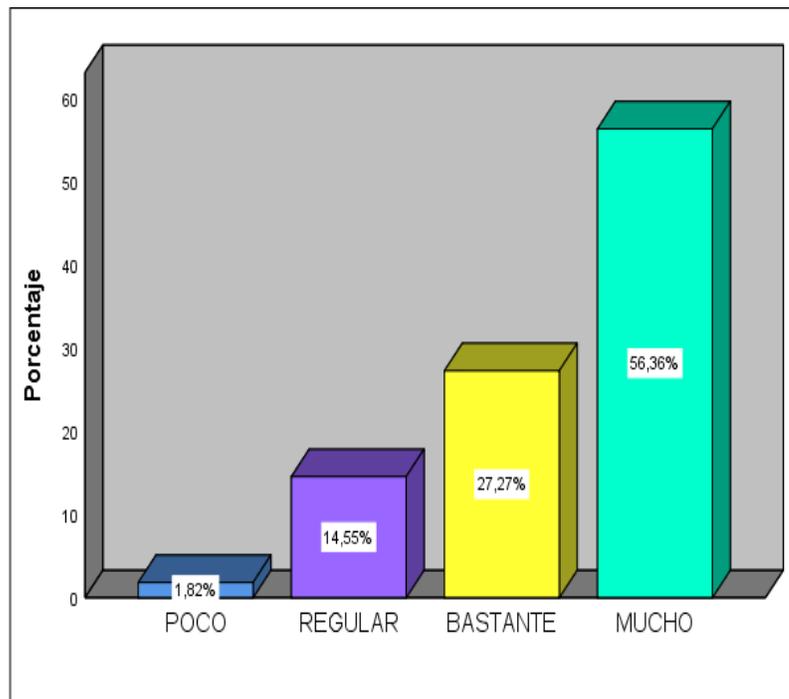
Figura 18: El gobierno local se enfoca en mejorar las condiciones laborales de su distrito

En la tabla 25 y figura 18, se examinó que un 9,09% y 5,45% lo calificaron como regular y bastante respectivamente, mientras que un 34,55% como poco, asimismo un 50,91% de las encuestadas señalaron que el gobierno local no se enfoca en mejorar las condiciones laborales de su distrito.

Tabla 26: Los productos de tu negocio satisfacen las necesidades de los consumidores

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	31	56,40	56,40	56,40
	BASTANTE	15	27,30	27,30	83,60
	REGULAR	8	14,5	14,5	98,2
	POCO	1	1,8	1,8	100,0
	Total	55	100,00	100,00	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

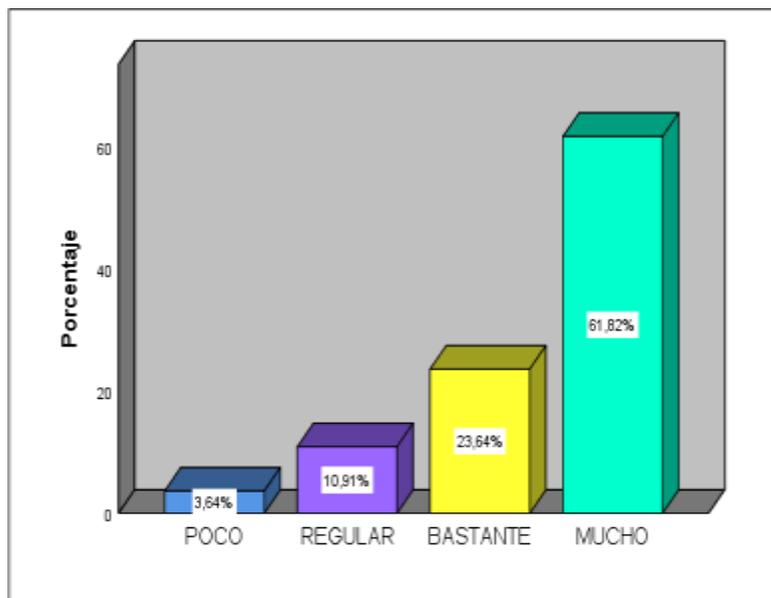
Figura 19: Los productos de tu negocio satisfacen las necesidades de los consumidores

En la tabla 26 y figura 19, se examinó un 1,82% de ellas lo considero como poco satisfactoria, mientras que un 14,55% lo califico como regular y un 27,27% como bastante, por otro lado, un 56,36% de las encuestadas mostraron que los productos de sus negocios satisfacen mucho las necesidades de los consumidores.

Tabla 27: Ser disciplinada y constante en tus objetivos te ayudan a superar tus miedos

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	34	61,80	61,80	61,80
	BASTANTE	13	23,6	23,6	85,5
	REGULAR	6	10,9	10,9	96,4
	POCO	2	3,6	3,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

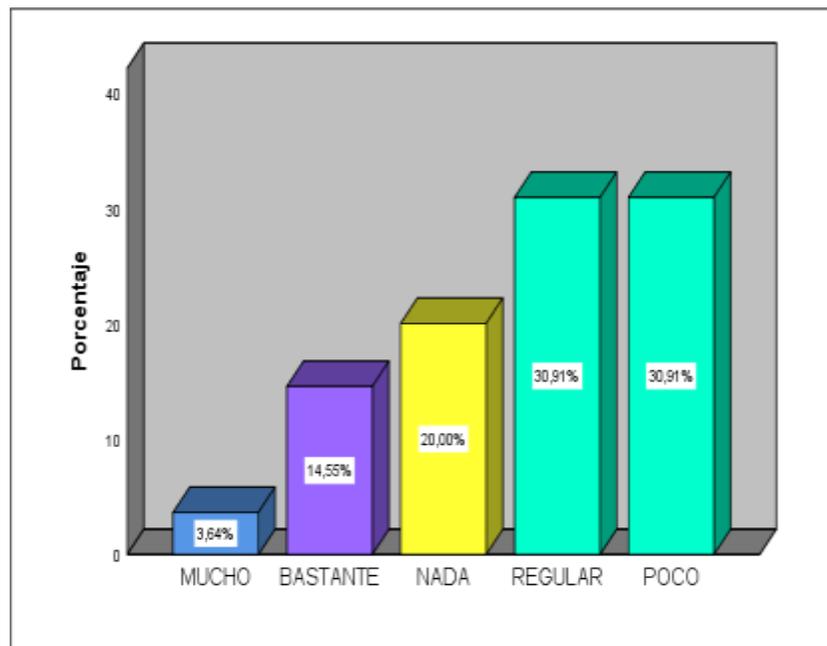
Figura 20: Ser disciplinada y constante en tus objetivos te ayudan a superar tus miedos

En la tabla 27 y figura 20, se examinó que un 3,64% de ellas lo consideraron como poco, mientras que un 10,91% indicaron como regular y un 23,64% como bastante, asimismo un 61,82% de las encuestadas señalaron que ser disciplinada y constante con sus objetivos le ayudan mucho a superar sus miedos.

Tabla 28: El miedo y el pensamiento negativo obliga a desistir los emprendimientos si no vemos resultados a corto plazo

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	POCO	17	30,90	30,90	30,90
	REGULAR	17	30,9	30,9	61,8
	NADA	11	20,0	20,0	81,8
	BASTANTE	8	14,5	14,5	96,4
	MUCHO	2	3,6	3,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

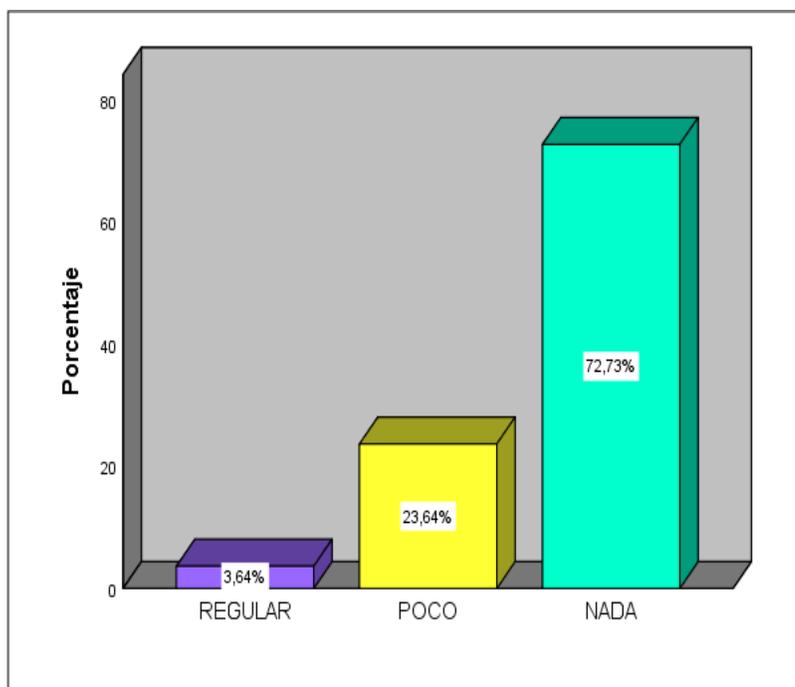
Figura 21: El miedo y el pensamiento negativo obliga a desistir los emprendimientos si no vemos resultados a corto plazo

En la tabla 28 y figura 21, se examinó que un 3,64% lo consideran como mucho, mientras que un 14,55% lo califican como bastante y un 20% como nada, por otro lado, un 30,91% de las encuestadas mostraron que hay regular y poco miedo a desistir de sus emprendimientos si no ven resultados a corto plazo.

Tabla 29: Tu familia obstaculiza tus metas como mujer emprendedora

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	NADA	40	72,70	72,70	72,70
	POCO	13	23,6	23,6	96,4
	REGULAR	2	3,6	3,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

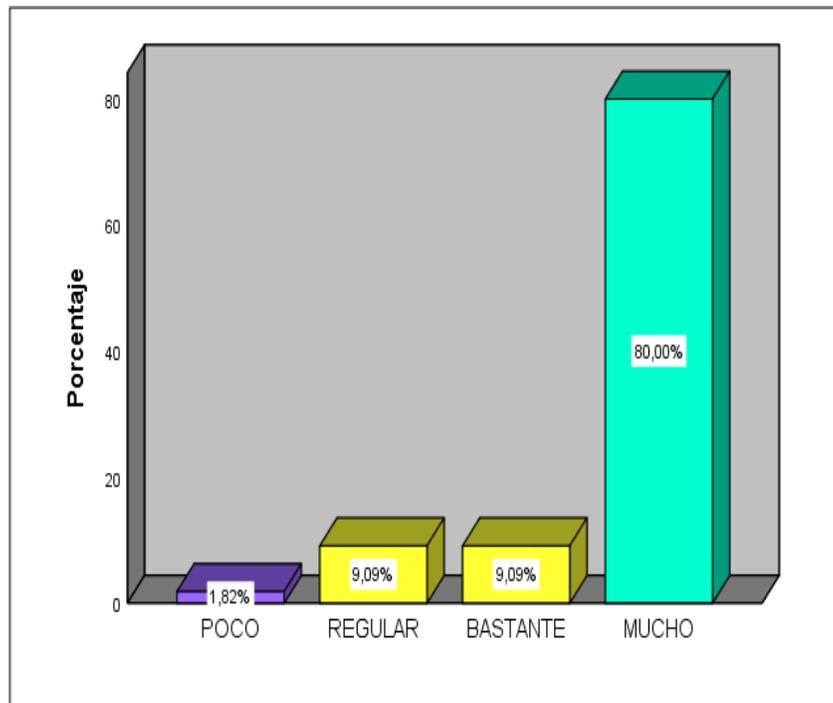
Figura 22: Tu familia obstaculiza tus metas como mujer emprendedora

En la tabla 29 y figura 22, se examinó que un 3,64% de ellas lo consideró como regular, mientras que un 23,64% lo calificó como poco, sin embargo, un 72,73% de las encuestadas señalaron que su familia no obstaculiza en sus metas como mujer emprendedora.

Tabla 30: La motivación personal y familiar son las claves del éxito para la prosperidad de un emprendimiento

		Frecuencia	Proporción	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	MUCHO	44	80,0	80,0	80,0
	REGULAR	5	9,1	9,1	89,1
	BASTANTE	5	9,1	9,1	98,2
	POCO	1	1,8	1,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25



Fuente: Elaboración propia

Figura 23: La motivación personal y familiar son las claves del éxito para la prosperidad de un emprendimiento

En la tabla 30 y figura 23, se examinó que un 1,82% como poco favorable, mientras que el 9,09% lo consideraron como regular y bastante respectivamente, por otro lado, un 80% de las encuestadas señalan muy favorable a la motivación personal y familiar como claves del éxito de un emprendimiento.

4.2. Análisis inferencial

Prueba de Normalidad

Se estimó efectuar una prueba para hallar <p-valor>, con el fin de comprender el grado más bajo de significancia, de modo que admitiremos hipótesis alternas. Observando nuestra muestra de 55 encuestadas la prueba de normalidad a utilizar en la investigación es Kolmogorov-Smirnov que se emplea a muestras correspondientes superiores a 50. Para este argumento, si el producto <p-valor> es menor que 0.05, la hipótesis nula se impugna de forma automática y se admite la alterna. Respecto a ello nos indica que tanto las variables como dimensiones son asimétricas, por lo que se lleva a efecto una prueba no paramétrica.

Tabla 31

Prueba de normalidad Autoeficacia

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadísticas	gl	Sig.	Estadísticas	gl	Sig.
AUTOEFICACIA	,227	55	,000	,850	55	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25.

Para la dimensión autoeficacia, el grado de significancia es menor a 0,05, así pues, se deduce que la situación general es anormal, por lo que se deben emplear pruebas no paramétricas, en otras palabras, se sugiere que en algún momento estas pruebas no paramétricas logren sobrepasar para un siguiente estudio.

Tabla 32*Prueba de normalidad Autorrealización*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadísticas	gl	Sig.	Estadísticas	gl	Sig.
AUTORREALIZACIÓN	,382	55	,000	,658	55	,000

*a. Corrección de significación de Lilliefors**Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25..*

Para la dimensión autoeficacia, el grado de significancia es menor a 0,05, así pues, se deduce que la situación general es anormal, por lo que se deben emplear pruebas no paramétricas, en otras palabras, se sugiere que en algún momento estas pruebas no paramétricas logren sobrepasar para un siguiente estudio.

Tabla 33*Prueba de normalidad Toma de decisiones*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadísticas	gl	Sig.	Estadísticas	gl	Sig.
TOMA DE DECISIONES	,282	55	,000	,728	55	,000

*a. Corrección de significación de Lilliefors**Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25.*

Para la dimensión autoeficacia, el grado de significancia es menor a 0,05, así pues, se deduce que la situación general es anormal, por lo que se deben emplear pruebas no paramétricas, en otras palabras, se sugiere que en algún momento estas pruebas no paramétricas logren sobrepasar para un siguiente estudio.

Tabla 34
Prueba de normalidad Inversión

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadísticas	gl	Sig.	Estadísticas	gl	Sig.
INVERSIÓN	,441	55	,000	,206	55	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25.

Para la dimensión autoeficacia, el grado de significancia es menor a 0,05, así pues, se deduce que la situación general es anormal, por lo que se deben emplear pruebas no paramétricas, en otras palabras, se sugiere que en algún momento estas pruebas no paramétricas logren sobrepasar para un siguiente estudio.

Tabla 35
Prueba de normalidad Innovación

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadísticas	gl	Sig.	Estadísticas	gl	Sig.
INNOVACIÓN	,272	55	,000	,832	55	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25.

Para la dimensión autoeficacia, el grado de significancia es menor a 0,05, así pues, se deduce que la situación general es anormal, por lo que se deben emplear pruebas no paramétricas, en otras palabras, se sugiere que en algún momento estas pruebas no paramétricas logren sobrepasar para un siguiente estudio.

Tabla 36

Prueba de normalidad Persistencia

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadísticas	gl	Sig.	Estadísticas	gl	Sig.
PERSISTENCIA	,260	55	,000	,836	55	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25.

Para la dimensión autoeficacia, el <p valor> es menor a 0,05, así pues, se deduce que la situación general es anormal, por lo que se deben emplear pruebas no paramétricas, en otras palabras, se sugiere que en algún momento estas pruebas no paramétricas logren sobrepasar para un siguiente estudio.

Correlación de Rho Spearman

Se empleó este tipo de prueba Rho de Spearman con el fin de comparar las hipótesis, los estudios indicaron que cada variables y dimensión son asimétricas, De modo que, la prueba no paramétrica es el coeficiente de correlación Rho de Spearman, lo que hará que alcancemos presentar un grado de relación entre las variables y los productos vinculados. Se menciona que para admitir una hipótesis alternativa tiene que ser menor a 0.05, de ser así seguidamente pasaría a impugnarse las hipótesis invalidas.

Prueba de hipótesis general

PASO 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula: No existe relación entre el desarrollo personal y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

Hipótesis Alterna: Existe relación entre el desarrollo personal y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

PASO 2: Seleccionar el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Al grado de confianza del 95% se le resta 1, y se extrae igualmente una información con el margen de error 0.05. (Ello se realiza para hallar la significancia: Sig.).

Tabla 37

Correlación de Spearman Desarrollo personal – Gestión de emprendimientos

Correlaciones

		DESARROLLO PERSONAL	GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS	
Rho de Spearman	DESARROLLO PERSONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,687**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	55	55
	GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS	Coeficiente de correlación	,687**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	55	55

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25.

PASO 3: Interpretación

El producto obtenido, indica un valor de ($Rho= 0,687$) con un grado de significancia ($Sig. = 0.000 < 0.05$). Por lo cual muestra la existencia de una correlación positiva considerable, por consiguiente, se admite la hipótesis alterna.

Hipótesis Alterna: Existe relación entre el desarrollo personal y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

Prueba de hipótesis específica 1

PASO 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula: No existe relación entre la inversión y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

Hipótesis Alterna: Existe relación entre la inversión y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

PASO 2: Seleccionar el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Al grado de confianza del 95% se le resta 1, y se extrae igualmente una información con el margen de error 0.05. (Ello se realiza para hallar la significancia: Sig.).

Tabla 38*Correlación de Spearman Gestión de emprendimientos – Inversión***Correlaciones**

			GESTION DE EMPRESARIOS	DE INVERSION
Rho de Spearman	GESTION DE EMPRESARIOS	Coeficiente de correlación	1,000	,574**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	55	55
	INVERSION	Coeficiente de correlación	,574**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	55	55

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25.

PASO 3: Interpretación

El producto obtenido, indica un valor de Rho Spearman (Rho= 0,574) con un grado de significancia (Sig. = 0.000 <0.05). Por lo cual muestra la existencia de una correlación positiva considerable, por consiguiente, se admite la hipótesis alterna.

Hipótesis Alterna: Existe relación entre la inversión y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

Prueba de hipótesis específica 2

PASO 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula: No Existe relación entre la innovación y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

Hipótesis Alternativa: Existe relación entre la innovación y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

PASO 2: Seleccionar el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Al grado de confianza del 95% se le resta 1, y se extrae igualmente una información con el margen de error 0.05. (Ello se realiza para hallar la significancia: Sig.).

Tabla 39

Correlación de Spearman Gestión de emprendimientos – Innovación
Correlaciones

		GESTION DE EMPRENDIMIENTOS		DE INNOVACIÓN	
Rho de Spearman	GESTION DE EMPRENDIMIENTOS	Coeficiente de correlación	1,000		,698**
		Sig. (bilateral)	.		,000
	INNOVACIÓN	N	55		55
		Coeficiente de correlación	,698**		1,000
		Sig. (bilateral)	,000		.
		N	55		55

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25.

PASO 3: Interpretación

El producto obtenido, indica un valor de Rho Spearman ($Rho = 0,698$) con un grado de significancia ($Sig. = 0.000 < 0.05$). Por lo cual muestra la existencia de una correlación positiva considerable, por consiguiente, se admite la hipótesis alterna.

Hipótesis Alterna: Existe relación entre la innovación y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

Prueba de hipótesis específica 3

PASO 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis Nula: No Existe relación entre la persistencia y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

Hipótesis Alterna: Existe relación entre la persistencia y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

PASO 2: Seleccionar el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Al grado de confianza del 95% se le resta 1, y se extrae igualmente una información con el margen de error 0.05. (Ello se realiza para hallar la significancia: Sig.).

Tabla 40

Correlación de Spearman Gestión de emprendimientos – Persistencia
Correlaciones

		GESTION EMPRESARIOS	DE PERSISTENCIA
Rho de Spearman	GESTION EMPRESARIOS	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,666**
		N	,000
	PERSISTENCIA	Coeficiente de correlación	55
		Sig. (bilateral)	55
		N	,000

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración mediante SPSS versión 25.

PASO 3: Interpretación

El producto obtenido, indica un valor de Rho Spearman (Rho= 0,666) con un grado de significancia (Sig. = 0.000 <0.05). Por lo cual muestra la existencia de una correlación positiva considerable, por consiguiente, se admite la hipótesis alterna.

Hipótesis Alterna: Existe relación entre la persistencia y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021.

V. DISCUSIÓN

El actual estudio estableció como objetivo general la relación entre el desarrollo personal y la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021. Posteriormente al haber adquirido los resultados de la encuesta e interpretarlos se dio inicio a la discusión de la investigación.

Para validar al instrumento de esta investigación, asimismo determinar la prueba estadística Alpha de Cronbach se empleó el software estadístico SPSS versión 25, extrayendo un valor de 0,950 para la variable Desarrollo personal y un 0,761 para la variable Gestión de emprendimientos.

En relación a los ítems de las 2 variables; 10 ítems para la variable 1 (Desarrollo personal) y 12 ítems para la variable 2 (Gestión de emprendimientos); el coeficiente Alpha de Cronbach nos da un valor de confiabilidad de 0,925, siendo un excelente nivel de fiabilidad según Tuapanta Dacto et al. (2017), de modo que se considera confiable y permisible para su aplicación.

HIPÓTESIS GENERAL

De acuerdo a los resultados alcanzados, el desarrollo personal tiene relación con la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021. Para validar la hipótesis general, se empleó el instrumento en 55 mujeres emprendedoras del distrito de Cerro Azul – Cañete, a lo que me focalicé en los resultados más destacados que confirmen la relación consecuente a mi hipótesis general.

En la tabla 13, mostró que un 67,27% de las encuestadas se sienten muy satisfechas y motivadas a seguir avanzando con su emprendimiento, vale decir que ellas cuentan con una visión optimista a poder mejorar y ampliar su negocio; y en la tabla 22, mostraron que un 63,64% de las encuestadas indicaron que consideran mucho el hecho que su emprendimiento pueda tener éxito en el mercado, es decir, estas mujeres confían en que su emprendimiento rendirá los frutos deseados en el mercado.

De igual modo, en la tabla 9 se concluyó que las encuestadas calificaron con un 52,73% al emprender en tiempos de crisis como un reto tanto en lo familiar como en lo personal, es decir, muchas mujeres de esta localidad no se amilanaron y sacaron beneficio a esta pandemia para poder surgir en el ámbito de los negocios y así ser el sustento de su familia en tiempos muy difíciles. Asimismo, en la tabla 14, mostraron que un 78,18% de las encuestadas les favorece mucho las redes sociales y/o ventas virtuales como estrategia para lograr sus objetivos económicos y personales, vale decir que dichas mujeres día a día emplean mucho más la tecnología en su vida de esta manera aumentan sus oportunidades económicas.

Finalmente, para corroborar la hipótesis general se empleó la correlación de Spearman, obteniendo como producto ($Rho = 0,687$), con una significancia ($Sig. = 0.000 < 0.05$), lo que demuestra una correlación positiva considerable, así pues, se admite la hipótesis alterna (H_a).

Según (Saucedo, 2020) en su investigación denominada *Emprendimiento y Empoderamiento de la mujer en el distrito de Trujillo, 2020*. Señala que existe relación entre el Emprendimiento y empoderamiento de la mujer en el distrito de Trujillo; argumenta que dichas mujeres al emprender aumentan sus niveles de autoconfianza y autoestima por ende se deduce que están en un nivel medio de empoderamiento y emprendimiento puesto a que tienen habilidades para negociar y confianza en sí mismas para lograr lo que se proponen.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

De acuerdo a los resultados alcanzados, la inversión tiene relación con la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021. Para validar la hipótesis específica, se empleó el instrumento en 55 mujeres emprendedoras del distrito de Cerro Azul – Cañete, a lo que me focalicé en los resultados más destacados que confirmen la relación existente consecuente a mi hipótesis específica 1.

En la tabla 18, los resultados obtenidos mostraron que a las encuestadas se les hizo poco y regularmente difícil obtener el capital para el inicio de su emprendimiento calificándolos con un 38,18% respectivamente, ya que debido a la pandemia muchas de ellas fueron cesadas de sus centros de labores, decidieron invertir de sus ahorros y desarrollar su idea emprendedora, y en la tabla 20, mostraron que un 43,64% de las mujeres encuestadas le atemoriza poco el asumir riesgos de invertir y ser emprendedora, vale decir que el temor de asumir riesgos en un emprendimiento es natural por ello dichas mujeres estuvieron atentas al mercado, viendo así favorable su idea de negocio.

De igual modo, en la tabla 19, se concluyó que un 58,18% de las encuestadas consideran mucho la implementación de recursos digitales en sus emprendimientos, en otros términos, el marketing digital como una herramienta indispensable incrementará las posibilidades de que un emprendimiento pueda ser visible y así lograr el éxito deseado. Asimismo, en la tabla 21, mostraron que un 52,73% de las encuestadas calificaron como mucho a la metodología que emplean ya que les brinda rentabilidad en su emprendimiento, cabe señalar que se toma a la innovación como una metodología esencial para un negocio, es así, que dichas emprendedoras en su mayoría ven productivo su estrategia implementada.

Finalmente, para constatar la hipótesis específica 1 se empleó la correlación de Spearman, obteniendo asimismo como producto ($Rho = 0,574$), con una significancia ($Sig. = 0.000 < 0.05$), así pues, se demuestra una correlación positiva considerable, por lo tanto, se admite la hipótesis alterna.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

De acuerdo a los resultados alcanzados, la innovación tiene relación con la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021. Para validar la hipótesis específica, se empleó el instrumento en 55 mujeres emprendedoras del distrito de Cerro Azul – Cañete, a lo que me focalicé en los resultados relevantes que confirmen la afinidad de mi hipótesis específica 2.

En la tabla 24, mostraron que un 50,91% de las encuestadas señalaron que el gobierno local no se enfoca en mejorar las condiciones laborales de su distrito, cabe mencionar que esta localidad se destaca por ser una de las principales en el sector turismo y pese a ello el gobierno local no fomenta el emprendimiento de manera activa de la mujer Cerroazuleña, y en la tabla 23, muestra que un 60% de las encuestadas señalaron que las nuevas opciones de ventas ayudarán mucho a obtener beneficios económicos, una de las más destacadas es la venta online y es a ello donde dichas mujeres están enfocadas.

Asimismo, en la tabla 25, mostraron a un 56,36% de las encuestadas que los productos de sus negocios satisfacen mucho las necesidades de los consumidores, es decir que ello les ayudará a analizar mejor a sus clientes y a identificar mejor sus necesidades, a la vez se sentirán motivadas a seguir con sus metas trazadas.

Finalmente, para verificar la hipótesis específica 2 se empleó la correlación de Spearman, obteniendo como resultado ($Rho = 0,698$) con una significancia ($Sig. = 0.000 < 0.05$), lo que demuestra una correlación positiva considerable, por consiguiente, se admite la hipótesis alterna.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

De acuerdo a los resultados alcanzados, la persistencia tiene relación con la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021. Para validar la hipótesis específica, se empleó el instrumento en 55 mujeres emprendedoras del distrito de Cerro Azul – Cañete, a lo que me focalicé en los resultados más destacados que confirmen la relación existente consecuente a mi hipótesis específica 3.

En la tabla 26, mostraron a un 61,82% de las encuestadas que ser disciplinada y constante con sus objetivos le ayudan mucho a superar sus miedos, es decir, muchas de ellas muestran empeño e ímpetu con su emprendimiento, y en la tabla 28, señalaron un 72,73% de las encuestadas que su familia no obstaculiza en sus metas como mujer emprendedora, es decir, muestran a ellos como un motivo para poder sobresalir sobre todo en estos tiempos tan difíciles.

De igual modo, en la tabla 27, las encuestadas mostraron que hay poco y regular miedo a desistir en su emprendimiento si no ven resultado a corto plazo calificándolo con un 30,91% en ambas respectivamente, cabe mencionar que en muchos casos el miedo al fracaso las obliga a renunciar de sus emprendimientos, pese a ello, dichas mujeres persisten con mente positiva. Asimismo, en la tabla 29, indicaron que un 80% de las encuestadas señalan muy favorable a la motivación personal y familiar como claves del éxito de un emprendimiento, es decir, que ello contribuirá como un factor importante para sus logros como mujer emprendedora.

Finalmente, para corroborar la hipótesis específica 3 se empleó el coeficiente de correlación de Spearman, obteniendo como resultado ($Rho = 0,666$), con una significancia ($Sig. = 0.000 < 0.05$), lo que demuestra una correlación positiva considerable, por consiguiente, se admite la hipótesis alterna.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo a la encuesta destinada a las mujeres emprendedoras del distrito de Cerro Azul – 2021, posteriormente al haber obtenido y analizado la información necesaria y contundente, se puede obtener los posteriores resultados:

1. Se determinó que el desarrollo personal tiene relación con la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021, se fijó algunos factores fundamentales para el crecimiento personal de la mujer emprendedora, entre ellas su destreza de poder dirigir proyectos y sus capacidades para poder tomar decisiones y realizarlas. Por lo cual afirmamos, que pese a la situación de riesgo en el ámbito salud en la cual nos encontramos hoy en día, dichas mujeres lograron realizarse como emprendedoras, ya que cuentan con un nivel alto de confianza.
2. Se determinó que la inversión tiene relación con la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021, se estableció que, pese a la situación económica generada por la pandemia, a consecuencia muchas de ellas fueron suspendidas de sus labores y decidieron utilizar sus pocos o muchos recursos como herramientas para generar una rentabilidad.
3. Se determinó que la innovación tiene relación con la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021, se destaca su creatividad, sabiendo que el emprendimiento es una forma de generar el autoempleo con ingenio y dedicación a través del marketing digital, de esta manera alcanzarán y cumplirán las exigencias de los consumidores.
4. Se determinó que la persistencia tiene relación con la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021, se señaló una de las más grandes características de toda mujer emprendedora, la perseverancia, con una actitud firme, constante y decisiva para superar cualquier adversidad.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al gobierno local, realizar charlas que se enfoquen en ciertas habilidades blandas importantes para su crecimiento como: el manejo del estrés para confrontar dificultades y ser más productiva, la orientación al servicio ya que tienen contacto directo con los clientes, y la inteligencia emocional con la finalidad de incentivar a más mujeres emprendedoras a seguir en este rubro.
2. Se recomienda al gobierno local, realizar charlas familiares motivacionales, basado en contenidos claves para generar el fortalecimiento y desarrollo de emprendimiento y que ayuden a mejorar el entorno familiar de las emprendedoras, con el propósito de que comprendan su labor, sepan cómo apoyarlas y que conserven la unidad para que en un futuro el emprendimiento que iniciaron, pueda surgir y traspase a sus generaciones con proyecciones superiores.
3. Se recomienda elaborar un plan estratégico emprendedor en el cual dicha herramienta se basa en proyectar una visión, misión, métodos que se empleará para poder llevar un emprendimiento a un futuro exitoso mediante un análisis FODA y alcanzar los objetivos para obtener un emprendimiento más eficiente, logrando así la satisfacción, reconocimiento, posicionamiento, competitividad y la mejora de toma de decisiones a futuro.
4. Se recomienda emplear métodos que mejoren la relación con el cliente, el primero en la segmentación de tu negocio, lo que permitirá identificar y beneficiar de acuerdo a los productos que se ofrece, así mejorarán los resultados de ventas. Segundo el marketing digital que se aplicará para ofrecer detalladamente sus productos, difundir promociones, desarrollo y calendarización de contenido permitiendo obtener más seguidores y aumentará la reputación de tu emprendimiento.
5. Se recomienda asistir a capacitaciones tecnológicas para que realicen uso correcto y adecuado de la tecnología ya que pueda ser de mucha utilidad en sus emprendimientos para el apoyo de sus páginas web, redes sociales u otras plataformas digitales.

6. Se recomienda al gobierno local, realizar un censo para tener conocimiento de todas las mujeres emprendedoras con la finalidad de poder identificar sus principales características y dar seguimiento a su evolución, necesidades o inquietudes que requieran.
7. Se recomienda que investiguen con más profundidad y en un periodo más extenso este tema de las mujeres emprendedoras del distrito de Cerro Azul – Cañete.

REFERENCIAS

- Aguilar Valladares, M. (2020). *Calidad de atención del servicio y la fidelización de los estudiantes en una institución de educación universitaria, Callao*. Lima - Callao. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54152/Aguilar_VMD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Angel, V. J. (2013). *El emprendimiento en la teoría económica*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/297816205_EL_EMPRENDIMIENTO_EN_LA_TEOIRA_ECONOMICA
- Araya-Castillo, L., & Pedreros-Gajardo, M. (2013). ANÁLISIS DE LAS TEORÍAS DE MOTIVACIÓN DE CONTENIDO: UNA APLICACIÓN AL MERCADO. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, vol. IV(núm. 142), pp. 45-61. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/153/15333870004.pdf>
- Baron, R. &. (2005). *Entrepreneurship: A process perspective*, *Entrepreneurship, New business enterprises*. Obtenido de <https://archive.org/details/entrepreneurship0000baro>
- Baron, R. A. (2011). *Entrepreneurship: The genesis of organizations*. In S. Zedeck (Ed.), *APA Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/242192530_Gender_and_entrepreneurship_A_review_and_process_model
- Berglund, K. &. (2018). *Revitalizing entrepreneurship education: Adopting a critical approach in the classroom*. Retrieved from. Obtenido de <https://about.proquest.com/en/products-services/ebooks-main>
- Bolaños Rueda, G., & Martínez Tarazona, D. (2019). *EMPODERAMIENTO FEMENINO DE LAS TRABAJADORAS OBRERAS DE LA UNIDAD DE RESIDUOS SÓLIDOS MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUAURA – HUACHO, 2019*. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/3650>
- Castillo H., A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Obtenido de <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarteenlaensenanzadelemprendimiento.pdf>

- Celina Oviedo, H., & Campo Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, vol. XXXIV(núm. 4), pp. 572-580. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>
- Del Castillo de la Cruz, S., & Sandoval Tejada, K. (2020). *Entorno familiar y su relación con el emprendimiento de las mujeres del ex mercado Palermo Trujillo 2019*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/50640>
- Díaz Muñoz, G. &. (2018). *La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6792584.pdf>
- DIEGO, D. N. (2018). *Autoeficacia Emprendedora: La clave para el éxito del Perú*. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2018/09/autoeficacia-emprendedora-la-clave-para-el-exito-del-peru.html/>
- Greenwood, W. T. (Julio de 2015). *Herramientas para la toma de decisiones*. Obtenido de [blogspot.com: http://herramientasparalatomadecisiones123.blogspot.com/2015/07/arbol-de-desiciones.html](http://herramientasparalatomadecisiones123.blogspot.com/2015/07/arbol-de-desiciones.html)
- Guzmán, M. E. (2019). *Instituto Salamanca*. Obtenido de Autoeficacia cómo se desarrolla y factores clave: <https://institutosalamanca.com/blog/autoeficacia-como-se-desarrolla-factores-clave/>
- Hernández Sampieri, F. C. (2010). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION. *Quinta edición*. Obtenido de https://www.academia.edu/23889615/_Hern%C3%A1ndez_Sampieri_R_Fern%C3%A1ndez_Collado_C_y_Baptista_Lucio_M_P_2010_
- INFOGOB. (2020). *Población del distrito de Cerro Axul Cañete*. Obtenido de https://infogob.jne.gob.pe/localidad/peru/lima/ca%C3%B1ete/cerro-azul_procesos-electorales_c63bBbBmRIXT@U
- Kuratko, D. F. (2005). *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges* (Vols. Volume: 29 issue: 5, page(s): 577-597). Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>
- López, J. F. (2021). *ECONOMIPEDIA - haciendo facil la economía*. Obtenido de Estadística descriptiva: <https://economipedia.com/definiciones/estadistica-descriptiva.html>

- Lorenzo, C. D. (2020). *Definición de desarrollo personal*. Obtenido de Plataforma Digital de Economía, Derecho y otras Ciencias Sociales y Humanas : <https://leyderecho.org/desarrollo-personal/>
- Magaly, M. (2011). *Desarrollo Personal*. Obtenido de <http://magalyuptaeb.blogspot.com/2011/06/desarrollo-personal.html>
- Marbec, M. (2021). *desarrollo personal - Brito Chaya*. Obtenido de https://www.academia.edu/5197328/Desarrollo_Personal_Brito_Challa
- Marroquín, U. F. (2002). *¿QUIÉN ES ISRAEL KIRZNER? Facultad de Ciencias Económicas*. Obtenido de <https://fce.ufm.edu/kec/kirzner/>
- Ninatanta Jave, A. (2018). *Emprendimiento empresarial y empoderamiento de la mujer del sector calzado en el Centro Cívico de Trujillo, año 2018*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/33867>
- Nuevo García, J., García-Mestanza, J., & Cruz-Morato, M. (2018). *El emprendimiento femenino como indicador de sostenibilidad. Análisis en época de crisis económica: El caso de Málaga*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/10630/15758>
- Olaya Dávila, A. (2008). *ECONOMÍA DE LA INNOVACIÓN Y DEL CAMBIO TECNOLÓGICO: UNA APROXIMACIÓN*. *Revista Ciencias Estratégicas*, vol. 16(núm. 20), pp. 237-246. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151312829002.pdf>
- Osorio, O. (2020). *Desarrollo personal: Qué es y cómo mejorará tu calidad de vida*. Obtenido de <https://www.tinyrockets.app/blog/desarrollo-personal>
- Parella Stracuzzi, S. &. (2012). *Libro "Metodología de la investigación cuantitativa" 3ra Edición*. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/000628576f51732890350>
- Parrado Vasquez, K. &. (2019). *Emprendimiento femenino con alto impacto social ante el estado. Estudio de casos de mujeres profesionales entre las edades de 18 a 45 años*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1672&context=trabajo_social
- Pilar, M. (1992). *El desarrollo personal y social*. Obtenido de <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/50130/1/EI%20desarrollo%20personal%20y%20social.pdf>

- Quero Virla, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, vol. 12, núm. 2, pp. 248-252. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>
- R., V. C. (2009). LA INVESTIGACIÓN APLICADA: UNA FORMA DE CONOCER LAS REALIDADES CON EVIDENCIA. *Revista Educación*, vol. 33, núm. 1, 2009, pp. 155-165. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Reyes, E. (2020). *EMPRENDEDOR INTELIGENTE*. Obtenido de Definición de emprendedor: <https://www.emprendedorinteligente.com/definicion-de-emprendedor/>
- Rocha-Bello, K., Arévalo-Chaparro, N., & Cocunubo-Huérffano, L. (2018). *Las PYME en economías emergentes: El emprendimiento empresarial en Chile como factor determinante en el desarrollo económico de la última década*. Obtenido de <https://journal.poligran.edu.co/index.php/puntodevista/article/view/1176/891>
- Rodríguez, R. A. (2016). *El emprendedor de Éxito*. MEXICO: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de https://www.academia.edu/30227424/El_Emprendedor_de_Exito_Rafael_Alcaraz
- Rojas, D. (2017). *¿Por qué es importante el desarrollo personal?* Obtenido de <https://steemit.com/spanish/@daniel-rojas/que-es-desarrollo-personal>
- Sanchez, M. (2020). *Análisis del emprendimiento y empoderamiento de la mujer: caso San Pablo, Kutiqiru*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3106>
- Saucedo Vásquez, R. (2020). *Emprendimiento y Empoderamiento de la mujer en el distrito de Trujillo, 2020*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62399?show=full>
- Turienzo, R. (2016). *El pequeño libro*. Obtenido de https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/34/33578_EL_PEQUENO_LIBRO_DE_LA_MOTIVACION.pdf
- Valencia Cruzaty, L. (2018). *"El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena- Ecuador"*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12672/9734>
- Zavaleta Chavez, M. (2020). *El emprendimiento empresarial en mujeres y su incidencia en el desarrollo sostenible de la ciudad de Trujillo, año 2019*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/55127>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de operacionalización de variables

TEMA: INFLUENCIA DEL DESARROLLO PERSONAL EN LA GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS IMPULSADOS POR MUJERES JÓVENES EN CERRO AZUL – 2021					
Variables	Definición conceptual	Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Variable 1: Desarrollo personal	Definición conceptual: Según Censuria David Lorenzo, es un hecho que perdura eternamente. Es una forma en que el ser humano evalúa su ingenio y dotes, examinan un propósito en la vida y establecen metas con la finalidad de efectuar y acrecentar su potencial.	Esta variable será medida a través del cuestionario como instrumento de investigación, estructurado en la escala de Likert y analizado mediante dimensiones e indicadores.	- Autoeficacia	- Adaptación - Retos - Habilidades - Visión	La escala de Likert
			- Autorrealización	- Aspiraciones - Satisfacción - Lograr objetivos	
			- Toma de decisiones	- Decisión - Calidad de vida - Soluciones	
Variable 2: Gestión de emprendimientos	Definición conceptual: Julián Pérez Porto y Ana Gardey, lo define como un impulso de una persona que se responsabiliza de un riesgo económico o que emplea medios con la finalidad de sacar provecho a ciertas circunstancias que proporciona el mercado. Se comprende que dicha acción es llevada a cabo por un líder de negocios que puede tener como propósito lograr ganancias económicas y mejorar su calidad de vida.	Esta variable será medida a través del cuestionario como instrumento de investigación, estructurado en la escala de Likert y analizado mediante dimensiones e indicadores.	- Inversión	- Capitales - Recursos - Riesgos - Rentabilidad	La escala de Likert
			- Innovación	- Éxito en el mercado - Nuevas opciones - Mejorar - Necesidades de los consumidores	
			- Persistencia	- Constancia - Desistir - Obstáculos - Claves del éxito	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 02: Evidencia de resultado de encuesta – Formulario de Google

Cuestionario Tesis emprendimiento 2021 (Respuestas)													
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Formulario Complementos Ayuda													
100% \$ % .0 .00 123 Predeterminado 10 B I G A													
A1	Marca temporal												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
	Marca temporal	Desarrollo personal [E] a	Desarrollo personal [E] e	Desarrollo personal [Con	Desarrollo personal [Con	Desarrollo personal [Tus	Desarrollo personal [Te s	Desarrollo personal [Las	Desarrollo personal [Con	Desarrollo personal [Ser	Desarrollo personal [Una	Gestión de emprendimie	Gestión de empen
1													
2	10/8/2021 19:46:09	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Regular	Bastante
3	10/8/2021 19:58:26	Poco	Regular	Regular	Regular	Poco	Regular	Regular	Poco	Poco	Regular	Poco	Regular
4	10/8/2021 20:05:48	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante
5	10/8/2021 20:19:12	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Regular
6	10/8/2021 20:20:32	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Poco	Regular	Poco	Regular	Regular	Poco
7	10/8/2021 20:51:09	Bastante	Regular	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Regular	Regular	Bastante	Regular	Bastante
8	10/8/2021 20:57:55	Regular	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho
9	10/8/2021 20:58:11	Regular	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Regular	Regular
10	10/8/2021 20:58:52	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante
11	10/8/2021 20:59:04	Regular	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Regular	Regular
12	10/8/2021 21:03:08	Bastante	Bastante	Regular	Regular	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Nada	Bastante
13	10/8/2021 21:18:02	Regular	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Poco	Regular
14	10/8/2021 21:23:38	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Regular	Mucho
15	10/8/2021 21:33:49	Mucho	Poco	Bastante	Regular	Bastante	Bastante	Regular	Mucho	Bastante	Mucho	Poco	Regular
16	10/8/2021 22:17:35	Poco	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Poco	Regular
17	10/8/2021 22:33:52	Poco	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Regular	Bastante	Bastante	Regular	Bastante
18	10/8/2021 23:31:34	Regular	Regular	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Regular	Mucho
19	10/8/2021 23:47:57	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Poco	Regular
20	11/8/2021 0:46:48	Regular	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Regular	Bastante	Regular	Nada	Mucho
21	11/8/2021 6:09:04	Bastante	Regular	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Poco	Bastante
22	11/8/2021 8:41:22	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Poco	Regular
23	11/8/2021 8:46:37	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Poco	Regular
24	12/8/2021 20:09:11	Poco	Regular	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Regular	Bastante
25	12/8/2021 20:26:40	Regular	Poco	Bastante	Bastante	Regular	Bastante	Bastante	Regular	Regular	Bastante	Poco	Mucho
26	12/8/2021 20:47:32	Regular	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Regular	Bastante
27	12/8/2021 20:54:31	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante
28	13/8/2021 14:27:58	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Poco	Mucho
29	13/8/2021 14:29:51	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Regular	Mucho
30	13/8/2021 14:31:40	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Nada	Mucho
31	13/8/2021 14:33:23	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Poco	Mucho
32	13/8/2021 14:49:45	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho
33	13/8/2021 14:54:34	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Regular	Mucho
34	13/8/2021 17:09:35	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Regular	Bastante
35	13/8/2021 17:13:32	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Regular	Mucho

Fuente: Formulario de Google

Anexo 03: Evidencia del diseño de encuesta – Formulario de Google

The image shows a screenshot of a Google Form titled "Cuestionario Tesis emprendimiento 2021". At the top, there are navigation tabs for "Preguntas", "Respuestas" (with a count of 0/5), and "Configuración". A purple "Enviar" button is in the top right corner. Below the header is a banner image of a blue archway with the text "Bienvenidos al Puerto de los Sueños Cerro Azul" and two dolphin illustrations. The form is divided into sections. The first section, "Sección 1 de 4", has the title "Cuestionario: Influencia del desarrollo personal en la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul – 2021". Below the title is a paragraph of introductory text: "El presente instrumento tiene por finalidad recabar información relevante para el estudio del desarrollo personal en la gestión de emprendimientos impulsados por mujeres jóvenes en Cerro Azul - 2021. Al respecto se le solicita a usted, que con relación a las preguntas que a continuación se le presentan, se sirva responder en términos claros, en vista que será de mucha importancia para la investigación que se viene realizando. Se le recuerda que el cuestionario será aplicado de manera anónima, se le agradece de antemano su participación." Below this text is a navigation prompt: "Después de la sección 1 ir a la siguiente sección". The second section, "Sección 2 de 4", is titled "DATOS PERSONALES" and includes the text "Se cuestionará datos como: Edad, redes sociales, rubros, entre otros."

Anexo 04: Codificación en el programa SPSS versión 25.

Visible: 10 de 10 variables

	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	var
1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	
5	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	
6	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	
7	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	
8	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	
9	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	
10	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	
11	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	
12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
13	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
14	5	2	4	3	4	4	4	5	5	5	
15	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
16	2	5	4	4	5	5	5	3	4	4	
17	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
19	3	5	5	5	5	5	5	3	4	3	
20	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
22	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	
23	2	3	5	5	4	4	5	4	4	5	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Fuente: Programa SPSS versión 25.

Anexo 05: Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos.

CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE DESARROLLO PERSONAL

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,964	,968	10

CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

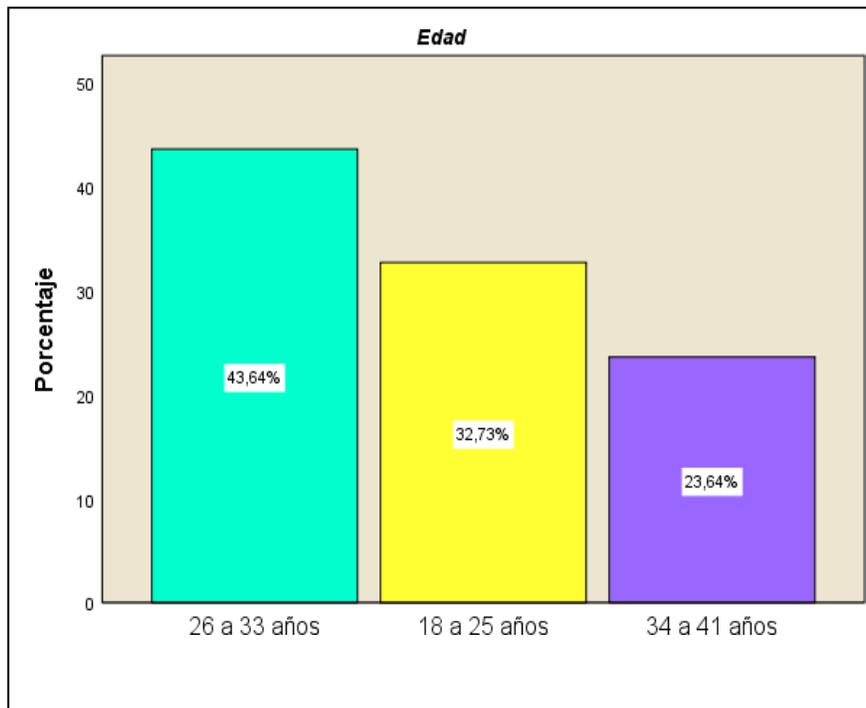
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,904	,899	12

Anexo 06: Resultados - Datos personales de los encuestados

Edad

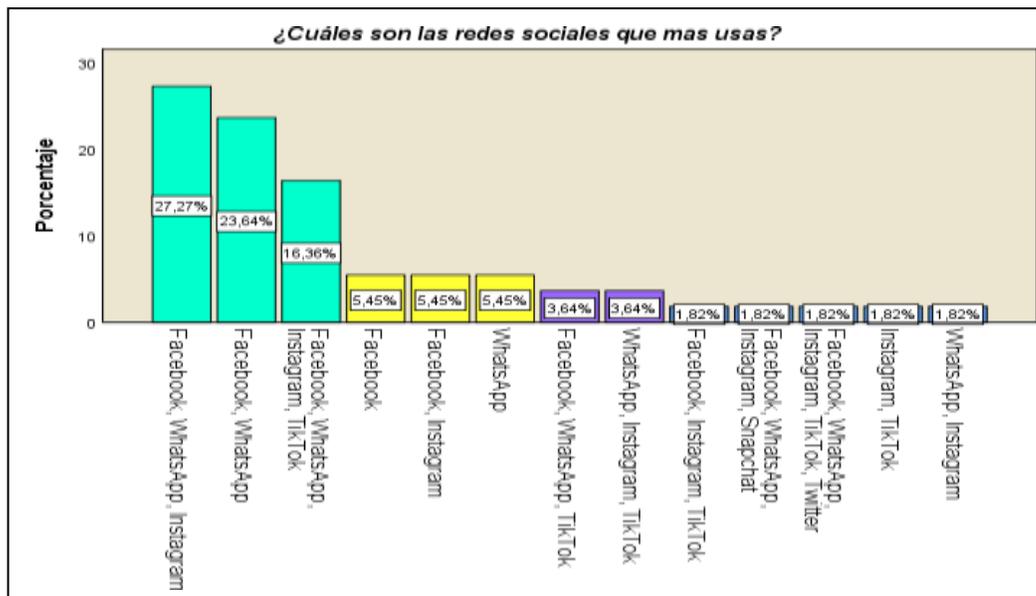
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	26 a 33 años	24	43,6	43,6	43,6
	18 a 25 años	18	32,7	32,7	76,4
	34 a 41 años	13	23,6	23,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	



Fuente: Elaboración propia a través del programa SPSS versión 25.

Redes sociales más usadas

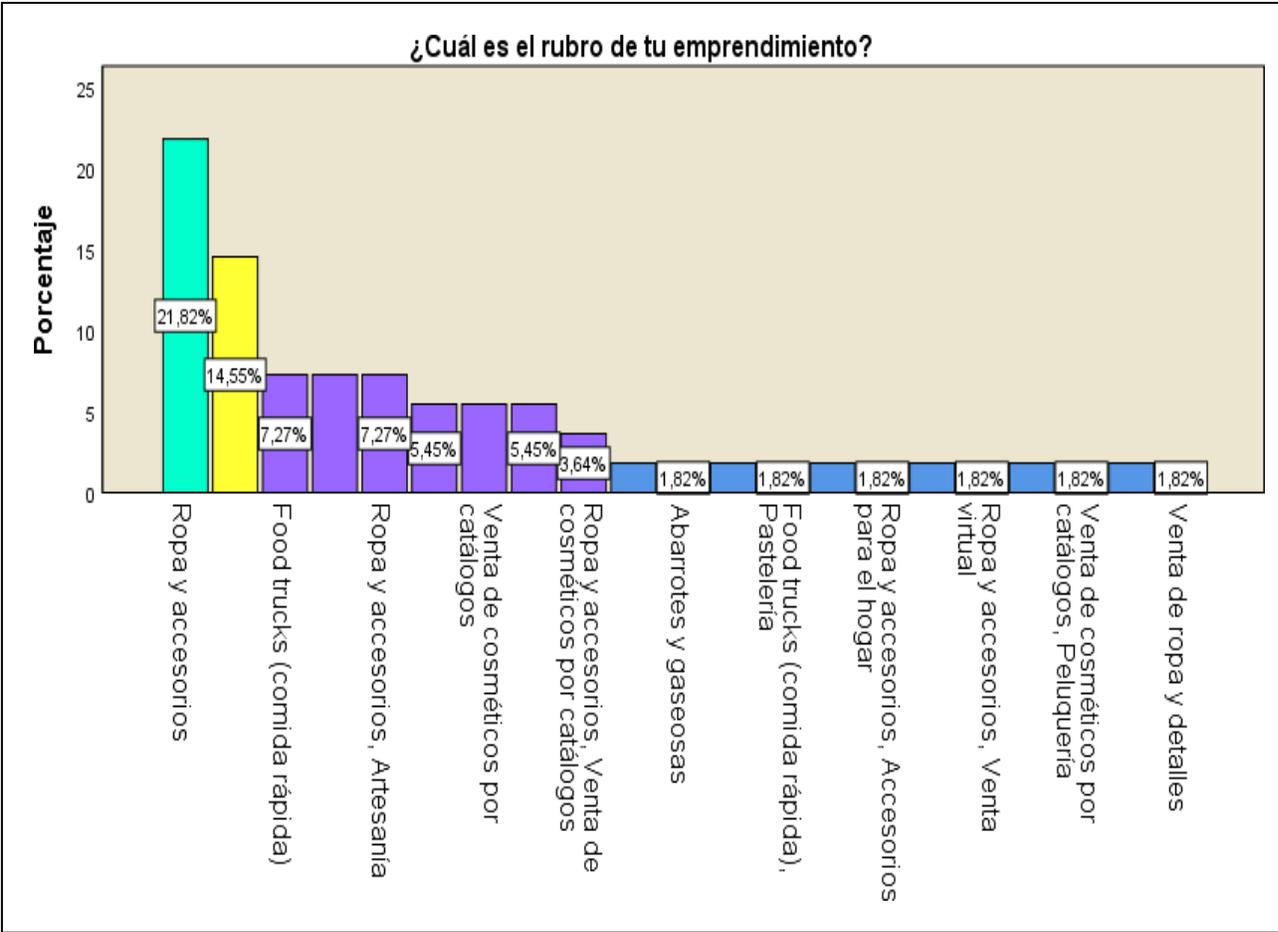
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Facebook, WhatsApp, Instagram	15	27,3	27,3	27,3
Facebook, WhatsApp	13	23,6	23,6	50,9
Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok	9	16,4	16,4	67,3
Facebook	3	5,5	5,5	72,7
Facebook, Instagram	3	5,5	5,5	78,2
WhatsApp	3	5,5	5,5	83,6
Facebook, WhatsApp, TikTok	2	3,6	3,6	87,3
WhatsApp, Instagram, TikTok	2	3,6	3,6	90,9
Facebook, Instagram, TikTok	1	1,8	1,8	92,7
Facebook, WhatsApp, Instagram, Snapchat	1	1,8	1,8	94,5
Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok, Twitter	1	1,8	1,8	96,4
Instagram, TikTok	1	1,8	1,8	98,2
WhatsApp, Instagram	1	1,8	1,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	



Fuente: Elaboración propia a través del programa SPSS versión 25.

Rubro de tu emprendimiento

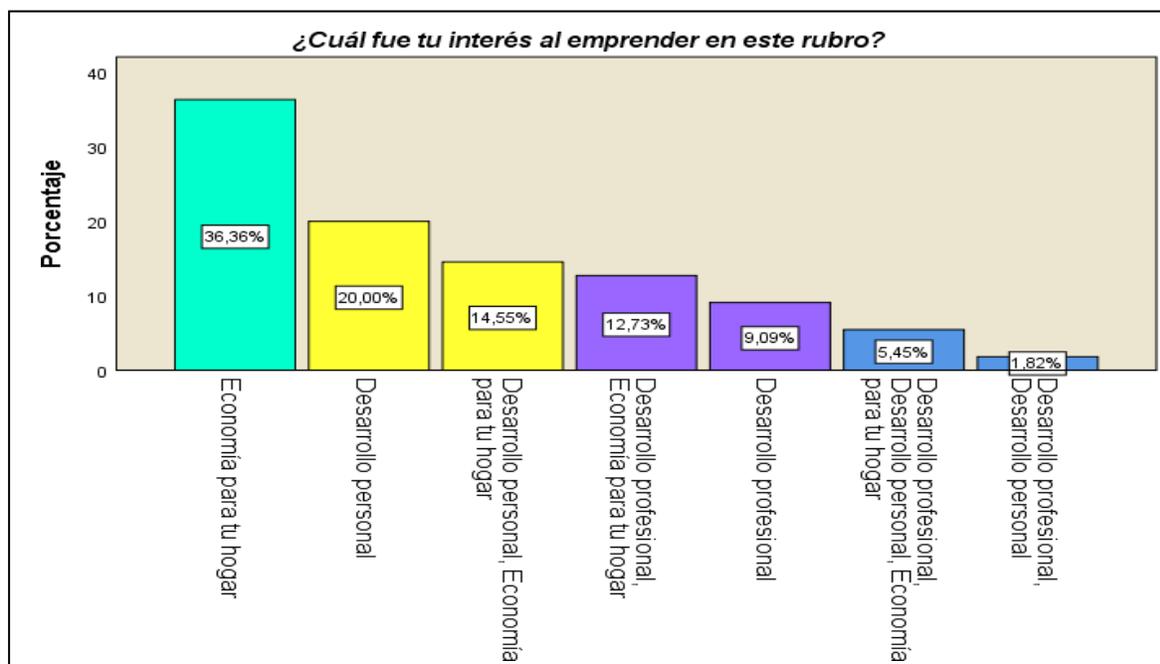
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ropa y accesorios	12	21,8	21,8	21,8
Restaurant	8	14,5	14,5	36,4
Food trucks (comida rápida)	4	7,3	7,3	43,6
Pastelería	4	7,3	7,3	50,9
Ropa y accesorios, Artesanía	4	7,3	7,3	58,2
Accesorios para el hogar	3	5,5	5,5	63,6
Venta de cosméticos por catálogos	3	5,5	5,5	69,1
Venta de cosméticos por catálogos, Accesorios para el hogar	3	5,5	5,5	74,5
Ropa y accesorios, Venta de cosméticos por catálogos	2	3,6	3,6	78,2
abarrotos	1	1,8	1,8	80,0
Abarrotos y gaseosas	1	1,8	1,8	81,8
Artesanía	1	1,8	1,8	83,6
Válido Food trucks (comida rápida), Pastelería	1	1,8	1,8	85,5
Pastelería, Ropa y accesorios	1	1,8	1,8	87,3
Ropa y accesorios, Accesorios para el hogar	1	1,8	1,8	89,1
Ropa y accesorios, Venta de cosméticos por catálogos, Accesorios para el hogar	1	1,8	1,8	90,9
Ropa y accesorios, Venta virtual	1	1,8	1,8	92,7
Venta de cosméticos por catálogos, Accesorios para el hogar, Artesanía	1	1,8	1,8	94,5
Venta de cosméticos por catálogos, Peluquería	1	1,8	1,8	96,4
Venta de productos lácteos	1	1,8	1,8	98,2
Venta de ropa y detalles	1	1,8	1,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	



Fuente: Elaboración propia a través del programa SPSS versión 25.

Interés al emprender en este rubro

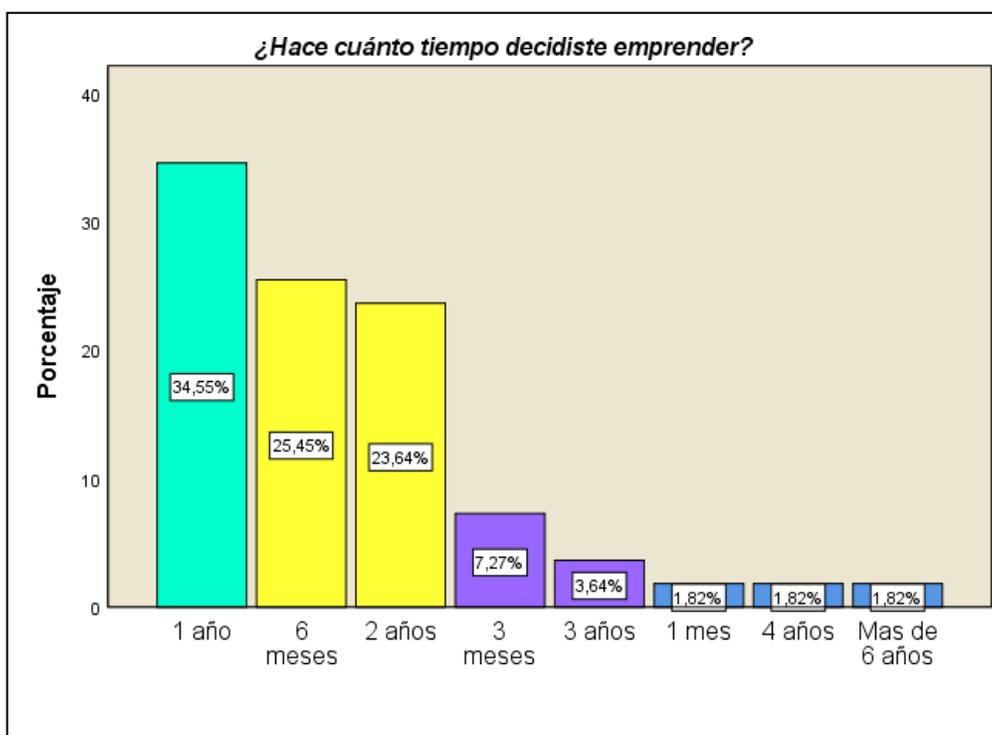
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Economía para tu hogar	20	36,4	36,4	36,4
Desarrollo personal	11	20,0	20,0	56,4
Desarrollo personal, Economía para tu hogar	8	14,5	14,5	70,9
Desarrollo profesional, Economía para tu hogar	7	12,7	12,7	83,6
Desarrollo profesional	5	9,1	9,1	92,7
Desarrollo profesional, Desarrollo personal, Economía para tu hogar	3	5,5	5,5	98,2
Desarrollo profesional, Desarrollo personal	1	1,8	1,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	



Fuente: Elaboración propia a través del programa SPSS versión 25.

Tiempo de tu emprendimiento

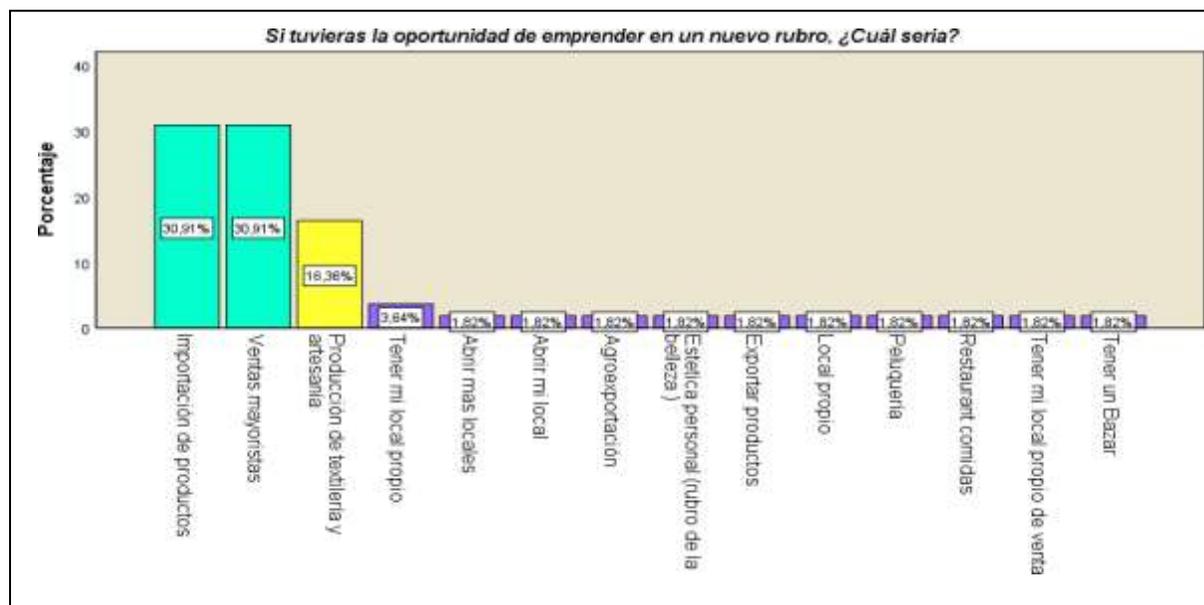
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 año	19	34,5	34,5
	6 meses	14	25,5	60,0
	2 años	13	23,6	83,6
	3 meses	4	7,3	90,9
	3 años	2	3,6	94,5
	1 mes	1	1,8	96,4
	4 años	1	1,8	98,2
	Mas de 6 años	1	1,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0



Fuente: Elaboración propia a través del programa SPSS versión 25.

Oportunidad de emprender en un nuevo rubro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Importación de productos	17	30,9	30,9	30,9
Ventas mayoristas	17	30,9	30,9	61,8
Producción de textilería y artesanía	9	16,4	16,4	78,2
Tener mi local propio	2	3,6	3,6	81,8
Abrir más locales	1	1,8	1,8	83,6
Abrir mi local	1	1,8	1,8	85,5
Agroexportación	1	1,8	1,8	87,3
Válido Estética personal (rubro de la belleza)	1	1,8	1,8	89,1
Exportar productos	1	1,8	1,8	90,9
Local propio	1	1,8	1,8	92,7
Peluquería	1	1,8	1,8	94,5
Restaurant comidas	1	1,8	1,8	96,4
Tener mi local propio de venta	1	1,8	1,8	98,2
Tener un Bazar	1	1,8	1,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	



Fuente: Elaboración propia a través del programa SPSS versión 25.

Anexo 07: Certificación de Validación por expertos



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "INFLUENCIA DEL DESARROLLO PERSONAL EN LA GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS IMPULSADOS POR MUJERES JÓVENES EN CERRO AZUL – 2021".

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	AUTOEFICACIA							
a	El adaptarse a esta situación actual te permitió crecer en el emprendimiento	√		√		√		
b	El emprender en tiempos de crisis significó un reto en tu vida familiar y/o personal	√		√		√		
c	Considera usted que cuenta con habilidades para el emprendimiento	√		√		√		
d	Considera usted que cuenta con una visión para lograr objetivos personales y familiares	√		√		√		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
2	AUTORREALIZACIÓN							
a	Tus aspiraciones como emprendedora te ayudan a desarrollarte personalmente ante la sociedad	√		√		√		
b	Te sientes satisfecha y motivada a seguir avanzando con tu emprendimiento	√		√		√		
c	Las redes sociales y/o ventas virtuales es una estrategia para lograr tus objetivos económicos y personales	√		√		√		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
3	TOMA DE DECISIONES							
a	Considerando las ventajas y desventajas del emprendimiento, crees que fue tu mejor decisión	√		√		√		
b	Ser constante en el emprendimiento lleva a mejorar la calidad de vida de tu familia	√		√		√		
c	Una buena asesoría y capacitación serán soluciones para incrementar el nivel de ventas y prosperar en tu negocio	√		√		√		
	DIMENSIÓN 4	Si	No	Si	No	Si	No	
4	INVERSIÓN							
a	Se te hizo difícil obtener el capital para el inicio de tu emprendimiento	√		√		√		
b	La implementación de recursos digitales en tu emprendimiento mejorará tus ventas	√		√		√		
c	Te atemoriza el hecho de asumir riesgos que implican invertir y ser emprendedora	√		√		√		
d	La metodología que empleas en tu emprendimiento te brinda rentabilidad	√		√		√		
	DIMENSIÓN 5	Si	No	Si	No	Si	No	
5	INNOVACIÓN							

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: “INFLUENCIA DEL DESARROLLO PERSONAL EN LA GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS IMPULSADOS POR MUJERES JÓVENES EN CERRO AZUL – 2021”.

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	AUTOEFICACIA							
a	El adaptarse a esta situación actual te permitió crecer en el emprendimiento	x		x		x		
b	El emprender en tiempos de crisis significó un reto en tu vida familiar y/o personal	x		x		x		
c	Considera usted que cuenta con habilidades para el emprendimiento	x		x		x		
d	Considera usted que cuenta con una visión para lograr objetivos personales y familiares	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
2	AUTORREALIZACIÓN							
a	Tus aspiraciones como emprendedora te ayudan a desarrollarte personalmente ante la sociedad	x		x		x		
b	Te sientes satisfecha y motivada a seguir avanzando con tu emprendimiento	x		x		x		
c	Las redes sociales y/o ventas virtuales es una estrategia para lograr tus objetivos económicos y personales	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
3	TOMA DE DECISIONES							
a	Considerando las ventajas y desventajas del emprendimiento, crees que fue tu mejor decisión	x		x		x		
b	Ser constante en el emprendimiento lleva a mejorar la calidad de vida de tu familia	x		x		x		
c	Una buena asesoría y capacitación serán soluciones para incrementar el nivel de ventas y prosperar en tu negocio	x		x		x		
	DIMENSIÓN 4	Si	No	Si	No	Si	No	
4	INVERSIÓN							
a	Se te hizo difícil obtener el capital para el inicio de tu emprendimiento	x		x		x		
b	La implementación de recursos digitales en tu emprendimiento mejorará tus ventas	x		x		x		
c	Te atemoriza el hecho de asumir riesgos que implican invertir y ser emprendedora	x		x		x		
d	La metodología que empleas en tu emprendimiento te brinda rentabilidad	x		x		x		
	DIMENSIÓN 5	Si	No	Si	No	Si	No	
5	INNOVACIÓN							

a	Segun tus capacidades personales consideras que tu emprendimiento puede tener éxito en el mercado	X		X		X		
b	Las nuevas opciones de ventas ayudarán a obtener mayores beneficios económicos	X		X		X		
c	El gobierno local se enfoca en mejorar las condiciones laborales de su distrito	X		X		X		
d	Los productos de tu negocio satisfacen las necesidades de los consumidores	X		X		X		
DIMENSION 6		Si	No	Si	No	Si	No	
6 PERSISTENCIA								
a	Ser disciplinada y constante en tus objetivos te ayudan a superar tus miedos	X		X		X		
b	El miedo y el pensamiento negativo obliga a desistir los emprendimientos si no vemos resultados a corto plazo	X		X		X		
c	Tu familia obstaculiza tus metas como mujer emprendedora	X		X		X		
d	La motivación personal y familiar son las claves del éxito para la prosperidad de un emprendimiento	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dios Zárate Luis Enrique

DNI:07909441

Especialidad del validador: Licenciado en Administración.

24 de agosto del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "INFLUENCIA DEL DESARROLLO PERSONAL EN LA GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTOS IMPULSADOS POR MUJERES JÓVENES EN CERRO AZUL – 2021".

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1							
1	AUTOEFICACIA							
a	El adaptarse a esta situación actual te permitió crecer en el emprendimiento	X		X		X		
b	El emprender en tiempos de crisis significó un reto en tu vida familiar y/o personal	X		X		X		
c	Considera usted que cuenta con habilidades para el emprendimiento	X		X		X		
d	Considera usted que cuenta con una visión para lograr objetivos personales y familiares	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No	
2	AUTORREALIZACIÓN							
a	Tus aspiraciones como emprendedora te ayudan a desarrollarte personalmente ante la sociedad	X		X		X		
b	Te sientes satisfecha y motivada a seguir avanzando con tu emprendimiento	X		X		X		
c	Las redes sociales y/o ventas virtuales es una estrategia para lograr tus objetivos económicos y personales	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No	
3	TOMA DE DECISIONES							
a	Considerando las ventajas y desventajas del emprendimiento, crees que fue tu mejor decisión	X		X		X		
b	Ser constante en el emprendimiento lleva a mejorar la calidad de vida de tu familia	X		X		X		
c	Una buena asesoría y capacitación serán soluciones para incrementar el nivel de ventas y prosperar en tu negocio	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4	Si	No	Si	No	Si	No	
4	INVERSIÓN							
a	Se te hizo difícil obtener el capital para el inicio de tu emprendimiento	X		X		X		
b	La implementación de recursos digitales en tu emprendimiento mejorará tus ventas	X		X		X		
c	Te atemoriza el hecho de asumir riesgos que implican invertir y ser emprendedoras	X		X		X		Mejor decir emprendedora
d	La metodología que empleas en tu emprendimiento te brinda rentabilidad	X		X		X		
	DIMENSIÓN 5	Si	No	Si	No	Si	No	
5	INNOVACIÓN							

Anexo 08: Grupo de WhatsApp “Mujeres emprendedoras Cerro Azul – Cañete”.

The image shows a WhatsApp group chat interface. The group name is "Mujeres Emprendedoras" and the members listed at the top are A. Achkiy, Antojitos, Baby, Bodega, Broaster, Camoa, Cynamon, D', Ellem's, and others. A teal message at the top reads: "Que tal chicas bienvenidas a este grupo 'MUJERES EMPRENDEDORAS DEL DISTRITO DE CERRO AZUL - CAÑETE' que esta creado para que ustedes me puedan realizar algunas consultas, dudas o intercambiar algun tipo de ideas. Además para decirle que este es un proyecto de investigación para los estudios que actualmente estoy realizando. Agradezco su aceptación". Below this is a flyer with four sections: "TRAMITES FORMALES", "PARA EMPLEAR EN CASA", "CLASES ANTES DE AMAR", and "ANIMOS CONTIN". The chat history includes messages from "Mi Pequeño Placer (Pasteles)", "Restaurante KARLITA", and "Las Delicias CERRO AZUL". On the right, the "Info. del grupo" panel lists members: A & L - Tu Tiendita, Achkiy Store, Antojitos Altoque, Baby Kids - Moda Infnatil, Bodega Star, Broaster D' Bastian, Camoa Fitnes, Cynamon - By Tatiana, and D' Maia Fashion. At the bottom of the panel are options for "46 más", "Salir del grupo", and "Reportar grupo".

Fuente: WhatsApp Web

Anexo 09: Directorio de mujeres emprendedoras del distrito de Cerro Azul – Cañete.

DIRECTORIO DE MUJERES EMPRENDEDORAS - CERRO AZUL CAÑETE							
NOMBRE Y APELLIDO	TELEFONO	RUBRO	NOMBRE DE PAGINA EN LAS REDES SOCIALES	NOMBRE Y APELLIDO	TELEFONO	RUBRO	NOMBRE DE PAGINA EN LAS REDES SOCIALES
Sthefany Chiok Julián	912533328	ROPA Y ACCESORIOS	Ganchitos & Accesorios - KALERY	Anais Benavente	969341141	PASTELERÍA	Mi Pequeño Placer
Alexandra Huarcaya Villagary	948537631		Estilo SAEM	Sara La Madrid García	963628403		Postres "SARA"
Kerly Bernaola	980116881		Keradry Store	Diana Soriano Ocharán	990740870		"Nada más dulce"
Astrid Hernández Chumpitaz	953294551		KatyHer	Paola Manco Chumpitaz	933787117		Angela - Dulcería & Pastelería
Angelica Torreblanca Asin	945048342		Baby Kids - Moda Infantil	María Esther Cárdenas	985104530		Pastelería Priscilla
Tatiana Gutiérrez	941662372		Cynamon By Tatiana	Alejandra Ocharán Cruz	973862263		Julieta - Tienda de repostería
Leyla Raffo Valerio	931231154		Ellem's Style	Annie Ciriaco Lara	914142749	ABARROTES	Bodega STAR
Karla Esparta	977680551		Margike	Rosalina Quispe Mayta	923549786		Bodega "R & R"
Susana Contreras Cupe	934110313		M Y S Novedades	Flor Cáceres Ramírez	926006479		Bodega "Josecito"
Judith Corrales	992883014		Achkiy Store	María Cama Zevallos	930965422	ACCESORIOS PARA EL HOGAR	Multinovedades "FLORITA"
Paola Manco Vicente	970535620		Ilari Store	Karla Francia Francia	940396461		D'Flores Guadalupe
Elizabeth Camacho Agapito	994427733		Bevielyj Boutique	Andrea Huamán Corrales	949125097		Novedades Daniela
Treyci García Padilla	962462909		Nails Treyci	Estefany Ciriaco Vega	949129723		D'Maia Fashion
Angelica Asin Quispe	922235422	Tienda cosmética Angie	Mabel Manco Corrales	953297550	Bazar "AMY"		
Sandra Flores Corrales	923107502	Consultora de cosméticos - Cañete	Angela Sánchez Chiok	956814212	"A & L" - Tu tiendita		
Leydi Celis Vera	960732411	SALÓN DE BELLEZA	Leydi - Salón y Spa	Alexandra Malásquez Córdova	960145492		"La tiendita de Tati"
Yoselin Chumpitaz Huapaya	910914305	RESTAURANTE	Restaurante "JOSHE"	Jenny Benavente	961204456		Kat - Shop CAÑETE
Karla Chumpitaz Asin	977318844		Restaurante "KARLITA"	Ylenny Huapaya Reyme	961372051		Lovely NATTI
Paula Napán López	921561345		Restaurante "NATY"	Yoela Sánchez Sing	966327444		Bazar "YOELA"
Maritza Córdova Morales	966127982		"Las Delicias Cerro Azul"	Maylee Sánchez Moyano	971163237	Novedades "LIAM"	

Sandy Francia Campos	949088255		Restaurante "La Chacalona"	Verónica Padilla La Madrid	976787473	ARTESANÍA	Artesanos - "CERRO AZUL"
Fania Padilla Manzo	951298771		Restaurante "La Meca"	María Calagua Arias	979797041		Artesanos - "CERRO AZUL"
Angelica La Madrid Padilla	971579650		D'Padimadi	Karen Ortiz Avalos	982005892		Artesanos - "CERRO AZUL"
Elizabeth Allauja Cama	975626103		Restaurante "PAL PUEBLO"	Maria Minaya Ramos	984228818		Artesanos - "CERRO AZUL"
Diana Chumpitaz	991458971	FOOD TRUCK (COMIDA RÁPIDA)	Broaster D'Bastian	Luisa Avalos Malásquez	985314648		Artesanos - "CERRO AZUL"
Rosa Quispe García	926001073		"Antojitos Altoque"	Blanca Ramos Arias	990280134		Artesanos - "CERRO AZUL"
Jacklyn Agapito	970518350		"Christopher - El punto del Sabor"				
Victoria Cama Gonzales	978611485		Broaster "VITA"				
Cynthia Mayta Francia	936683274		Pollos "KERVIN"				

Fuente: Elaboración propia